

sistema educativo mexicano
principalmente los
estudiantes



**Armas silenciosas para
guerras
tranquilas**

Armas silenciosas para guerras tranquilas





Nombre: Miguel Ángel Cantoral.

Asesor: María del Carmen Cordero Gordillo.

Trabajo: Armas silenciosas para guerras tranquilas.

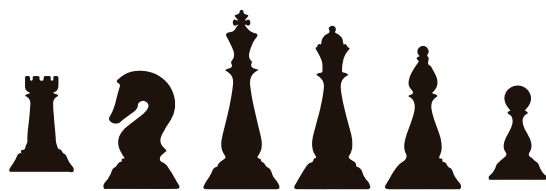
PASIÓN POR EDUCAR

Materia: Seminario de tesis.

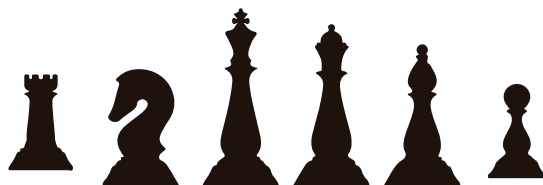
Grado: 8

Carrera: Diseño gráfico.

Grupo: B



Agradecimiento.



Índice.



Introducción.



Capitulo I: protocolo de investigación.

1.1 Planteamiento del problema.

1.2 Preguntas de investigación.

1.3 Objetivos.

1.4 Justificación.

1.5 Hipótesis.

1.6 Metodología.



Capitulo II: origen y evolución del tema.

2.1 Manipulación y el mundo.

2.2 Desinformar en la sociedad de la información.

2.3 Psicología del diseño gráfico.

2.4 Relación del diseño gráfico con los medios de comunicación.

2.5 Manipulación y cognición.

2.6 Manipulación episódica

2.7 Manipulación de la cognición social.

2.8 El discurso.



1.1 Planteamiento del problema.

Desde que los medios masivos de comunicación tuvieron un gran impacto en la sociedad diversas compañías/gobiernos han dado el paso alto hacia diversos métodos de control en masas, mediante la manipulación. Dicha manipulación es dada a cabo con diversas técnicas como: color, formas, sonidos y argumentos. Ahí entra el Diseñador gráfico, utilizando la psicología y la estética de las imágenes; su poder de transmitir mensajes de manera sencilla como efectiva entra al ataque. El problema viene en la actualidad 2021 hasta las generaciones que vienen, ya que se convirtió en un problema real, esa manipulación utilizada por los medios hace más de dos décadas se ha transmutado en una nueva manipulación más dañina como el Clickbait («ciberanzuelo», «cibercebo», «cebo de clics» o «anzuelo de clics») o Fake news (noticias falsas); y una larga lista de nombres para desinformación y manejo de actitud en las personas.

«En esta tesis quiero evitar por completo el “copia y pega”. mi propósito como futuro escritor y diseñador gráfico de la universidad del sureste, es sintetizar mis ideas con base a la investigación y deducción, empirismo, filosofía propia. Pienso que el criterio propio es una gran arma para el conocimiento. anexo esta frase porque servirá para lo que viene en la tesis: —“Mi diablo bailo con tu demonio y el violinista no ha parado de tocar” (citado de una frase de la serie Dexter 2006)».

Los efectos que causan esta manipulación de los medios es grave, un ejemplo: la empresa Coca-Cola muestra a una familia entera comiendo con una Coca-Cola gigante en la mesa casi como platillo principal; Lo que esto nos da a entender es que tomar Coca-Cola todos los días es algo común entre familias y que: —¡Todas las familias deberíamos tomarlo todos los días! No te preocupes ¿Qué es lo peor que podría pasar? —Un bip de un monitor de latidos en el hospital—. ¡Ups! Tampoco se pasen del límite... aquí, entre nosotros... olvide decirte que puede darte diabetes y sobre peso, ¡pero no te preocupes jajaja eso se cura con la nueva y mejorada Coca-Cola light! Creo que mejor me voy huele raro.



Las causas son obvias, Todos queremos ganar o simplemente la irremediable hambre de tener la atención de la gente. La manipulación de los medios se ha adentrado tanto en nuestras vidas que muchas veces no tienen un propósito definido, incluso de manera totalmente inconsciente. principalmente los involucrados son: Gobiernos y cultos, religión, empresas multinacionales, entretenimiento, sistemas educativos.

Actualmente no se ha intentado alguna manera de parar esta problemática y no creo que eso pase, ¡¿pero?! ¡¿qué paso con esos ánimos?! Esta tesis podría servir como una documentación y posible planteamiento de una solución, no se sabe. Al pasar los años pareciera que cada vez esto aumenta, no sabemos si esa es una de los millones “esa es la naturaleza del hombre” porque que naturaleza tan mas absurda y falta de afecto, antes de querer lapidar a todo el mundo con artículos de tortura cósmicos y trans-dimensionales de la santa inquisición procederé a explicar el porqué del nombre de esta tesis es así:

“Armas silenciosas para guerras tranquilas”. (es un proyecto artístico que toma su título de un documento secreto de 1979 y atribuido al grupo Bilderberg)

Cuando en los noticieros la moneda se dé devalúa tanto que un millón de dólares te alcanzaría para comprar un pan lo disfrazan de disturbios en alguna parte o que alguna religión, que te diga que la transfusión de sangre es mala o simplemente que con películas, series y medios comunes de noticias donde muestran una forma de vida especifica es totalmente dañina para la salud, simplemente porque esa forma de vida hace que el 40% de la gente no pague impuestos. Muchos medios asesinan nuestra identidad de libre albedrio con sutiles mensajes, encerrándonos en cubículos para trabajar largas jornadas de trabajo y que te feliciten por eso —¡oh si sigue trabajando así! Y algún día morirás del cansancio tenemos otros mil millones de personas que pueden ocupar tu lugar. Una persona famosa utilizando zapatos de cierta marca ara que todos queramos tenerlo.



Es una guerra contra la voluntad natural de las personas usando armas silenciosas como la manipulación. Es un problema ya que eso es la causa principal de la ansiedad y depresión en muchísimas personas.

1.2 Preguntas de investigación.

¿Cómo el diseñador interviene en la manipulación mediática?

¿Qué problemas conlleva la manipulación de la sociedad?

¿Cuál es la psicología del diseño gráfico?

¿Qué es la desinformación en el día a día de la sociedad?

¿Cómo se relaciona el diseño gráfico con los medios de comunicación masivos?

1.3 Objetivos.

Principal.

Interpretar todos los medios de información de este tema para sintetizar los temas, El punto principal de esta tesis de investigación ¿Cómo el diseñador interviene en la manipulación mediática?

Específicos.

Definir problemas de la manipulación en la sociedad.

Describir la psicología del diseño gráfico.

Identificar la desinformación en el día a día de la sociedad.

Relación del diseño gráfico con los medios de comunicación.



Justificación.

Esto es para que este documento de investigación prácticamente sea aceptado por la universidad autónoma de la Nasa, en vivo desde la estación espacial de marte... talvez lo del principio sea mentira, aun así, la importancia de justificar este proyecto de dos pesos, pero con mucho amor; radica en los temas **psicología y Diseño gráfico**. Esos dos temas giran alrededor de si, como una gran constelación conceptual, ahí deriva en tema de la manipulación en masa con solo con gráficos y audio.

Formas, trazos, texturas, colores, ¿Cómo eso podría afectar a la población en tomar decisiones?

El diseño gráfico está tomado de la mano con la psicología, con el estudio adecuado, donde debe ir esta forma o estos colores para dar un mensaje a un sector. El color verde podría significar: Naturaleza, salud, juventud, fresco. Pongamos eso en propaganda y tenemos algo orgánico, partidos políticos que cuidan el ambiente, medicina. El tema de esta investigación es meramente una excusa para hablar del diseño gráfico y como en las manos correctas se pueden transmitir mensajes que afectan en muchas personas.

—¿Para qué es “importanteishon” esto? —Explicación 1—: Resumidamente su importancia es mucho más grande de la que pensábamos, esto es algo que está ocurriendo ahora mismo al encender tu Smartphone, Tv, etc. estas formas, trazos y texturas afectan a nuestras decisiones constantemente, favoreciendo mayormente al mercado. Es necesario explicar cómo mueven los hilos del diseño y saber porque ocurre eso y ¿porque no? —Explicación 2.0 —: Talvez mi asesor me diga que quite esto, pero sería hermoso que no; No muchos conocen la canción de *David Bowie – ¿Life On Mars?* —Vayan a escucharla y regresen a leer esta justificación después, esta tesis de manipulación dice que es importante.



Al parecer la información que ofrecerá al lector será algo renovado y nuevo. Las razones son simples, todo lo leído aquí es investigación de distintos medios como, libros, paginas, profesionales en el tema (Diseñadores gráficos y Psicólogos). Se intentará renovar la información para actualizar teorías u hechos, continuamente también un fundamento. También tratar de traer información nueva, no traída de cualquier lugar. Uno de los propósitos es el de abrirse a nuevos horizontes del conocimiento porque al final de todo el método científico nunca descarta, pero tampoco confirma.

Esto vale la pena estudiarlo para aportar algo al área del conocimiento al que pertenece, en este caso es el Diseño gráfico, casi no hay datos, ni nueva información sobre este tema en específico, aparte de ser un reto, también es una aportación al conocimiento de las artes visuales por medio de la investigación. Para ser un buen diseñador gráfico la teoría es primordial, tener una mente rica en nuevas ideas significa un mejor trabajo de innovación.

La problemática que resuelve son simples, con solo hablar de este tema es un gran paso. "Armas silenciosas para guerras tranquilas" es un homenaje a la obra original fechado de mayo de 1979, encontrado el 7 de Julio de 1986 en una fotocopiadora IBM comprada en una subasta de material militar, su importancia fu importantísima en el medio autodidacta y grupos de debate, hasta que el documento fue censurado (demasiado tarde). La problemática se está resolviendo al hablar de cómo se manipula y utiliza a las personas como fichas de un juego de Monopoly, el diseñador también es una de las mentes en este tema. Vemos la problemática como algo físico, pero a veces simplemente es tan solo compartir ideas bien fundamentadas para hacer el cambio. Sin intención de trascender más allá, solo compartir palabras que se transformaran en ideas o en un olvido, el futuro lo decidirá; algo para simplemente la universidad o para la riqueza personal de alguna persona.



Hipótesis.

El diseñador interviene en la manipulación mediática de forma directa con los anuncios publicitarios que rodean las ciudades, en prácticamente todos los lugares tv, Smartphone, fachadas de hogares, letreros, banners, productos del hogar. Ofrecer un producto es el pan de cada día en cada familia, están diseñadas de tal manera que llamen la atención (saturación visual) lo logran con una estructura visual bastante trabajada, herramientas como colores, tipografía, formas, sonido, composiciones; efectúan una reacción en nuestra decisión. De acuerdo a lo dicho en la antología: «La falta de comprobación de la hipótesis no significa que ésta haya sido infructuosa». El diseñador gráfico tiene el papel más importante, el de **transmitir un mensaje** y para eso se utiliza la teoría del color, si quieres transmitir alguna emoción necesitas el color adecuado. El rojo genera peligro, calor, llama la atención. Las formas triangulares dan la sensación de firmeza y simetría.

Independiente: Manipulación.

Dependiente: diseño gráfico.

Una vez explicado lo siguiente, en diseñador arregla el mensaje y lo lleva al formato visual u audio visual, con la coloración y formas correcta para transmitir el mensaje. Ahora cuando se quiere manipular a un grupo extenso de personas se usa la misma técnica. Por ejemplo: cuando quieres dar a entender que hablar del feminismo está mal, podrían usar una imagen generada por gráficos vectoriales o una fotografía común y corriente que en su contenido tuviera los tonos de color verdes y gris, amarillo. formas zigzagueantes o torcidas, con una simbología de malestar o rechazo social.

El color amarillo, verde, gris, son colores fríos que a veces se utilizan para representar algo echado a perder o melancolía, poco agradable. Formas torcidas o zigzagueantes dan la impresión de algo inestable, con solo verlo unos segundos transmite inmediatamente esos sentimientos, con conceptos bastante básicos del diseño gráfico.



Marco de investigación.

Marco histórico.

El título de la tesis *Guerras tranquilas* Hace referencia a dos cosas; Diseño gráfico y Manipulación mediática (manipulación mental) hablar de la historia de estos dos temas que conforman el ¿porque? De esta investigación es sumamente complicado ya que no se encuentran datos exactos de cada uno, la manipulación mental no tiene una fecha estipulada, es algo que siempre ha existido en la humanidad, un impulso meramente derivada a la inercia. En cuanto el diseño grafico no existe un consenso acerca de la fecha exacta en que nació. Hay quiénes lo datan durante el período de entreguerras, otros entienden que comienza a identificarse como tal a finales del siglo XIX. También hay quienes encuentran su origen en las pinturas rupestres del Paleolítico y en el nacimiento del lenguaje escrito en el tercer milenio A. de C. Ahora yéndonos a una respuesta simple y breve e intemporal es que el diseño gráfico solamente a aquellas que surgen como resultado de la aplicación del modelo de producción industrial, no se puede denominar un arte aún pleno 2021, ciertamente es con fines puramente comerciales, aun así, el arte es subjetivo.

El diseño gráfico también tiene su origen orgánico, viniendo de la evolución hace alusión a nuestra parte del cerebro más moderna «el neocortex». Las sociedades sapiens empiezan a ser más complejas, el desarrollo de herramientas es cada vez más especializado y junto al mismo nace la inquietud de comunicar, ya no solo con la voz y la expresión corporal, Ahí con el mismo título de la tesis la manipulación del mensaje.

Para tener una idea más clara de donde el diseño gráfico fue menos arcaica y más apegada a la actualidad remontémonos a la Edad Media, se desarrolla de la verdadera marca comercial, o emblema institucional, como concepto visual que pretende la función de materializar una identidad corporativa. El recorrido de la evolución en la comunicación visual para llegar a constituir un lenguaje es el



planteamiento de este estudio, que desarrolla seguidamente los factores que intervinieron en la necesidad de establecer un código, con unas normas de uso que optimizaran las posibilidades de un verdadero sistema de comunicación visual. “Cronológicamente”, la ‘identidad visual’ aplicada a las actividades productivas, nació con la marca. El marcaje o la acción de marcar, y su resultado, es el principio mismo de la identidad visual. La marca tiene aquí en primer lugar, el sentido de la información funcional: constituye un elemento referencial de orientación en la localización de un producto entre muchos otros”¹. El hecho de marcar es una acción dirigida a la identificación y al mismo tiempo a la comunicación.

Las primeras marcas occidentales, en este sentido, las encontramos ya en la identificación de los bloques de piedra que definieron los inicios de la arquitectura, propiamente dicha. Las marcas de cantero y de cantería identificaron los bloques de piedra en el antiguo Egipto y en la cultura Micénica. Esta práctica se extendió por las diferentes civilizaciones del entorno mediterráneo y se prolongó, durante los siglos por toda Europa, hasta finales del siglo XVIII fundamentalmente.

Actualmente el diseño gráfico tiene mucha importancia, sus áreas de trabajo se dividen en varios segmentos, comenzando con la marca y evolucionando con colaboraciones en: anuncios publicitarios, cine, programas de tv, páginas web, publicidad, diseño de audio y entre muchos otros.

Ahora la manipulación mental o psicológica que se aplica mediáticamente no tiene fechas o un año exacto de su nacimiento es en pocas palabras; Inconcreto. Aún hay una fecha específica de las primeras pizcas de la manipulación mediática o Propaganda en el siglo XX y más aún a través de las principales guerras, cuando se sientan las bases de una propaganda efectiva y eficaz tal y como la conocemos hoy en día. En sentido estricto, la propaganda de guerra no sería sino la aplicación de los modelos, formas y técnicas de la propaganda en general, para fines bélicos. Siempre se ha intentado intimidar al enemigo, exagerar la propia fuerza, sembrar discordias, difundir informaciones falsas, mantener la moral de las propias tropas, etc. Así pues, podemos decir que la



propaganda de guerra se dirige a muy diversos objetivos. En primer lugar, a mantener la moral de las propias fuerzas combatientes y, por otro lado, los combatientes enemigos. Esto sería exactamente lo que denominamos guerra psicológica. La retaguardia enemiga es, obviamente, otro objetivo de la propaganda de guerra. Al conjunto de actividades de propaganda de guerra dirigidas hacia el enemigo se le llama también guerra psicológica, lo que los tratadistas anglosajones denominan Psychological Warfare. De forma más concisa, la guerra psicológica se refiere «al empleo planificado de la propaganda y de la acción psicológica orientadas a direccionar conductas, en la búsqueda de objetivos de control social, político o militar, sin recurrir al uso del arma, o en forma complementaria a su uso». Este apartado definiendo de una manera concisa los objetivos que se buscan en la propaganda de guerra, que no son otros que la disminución de la moral y la eficacia mediante técnicas, descritas posteriormente, que intentarán conseguir la colaboración de la población en las zonas invadidas por el enemigo.



Marco Teórico.

Armas silenciosas para guerras tranquilas o como su tema principal trata de como el diseño gráfico se utiliza para la manipulación con propósitos bajos o dañinos en algunos casos. No existe un libro que trate en específico este tema, es manipulación u diseño gráfico, pero nunca se tratan en la misma rama así que se mostraran datos de los dos para que contiguamente se traten como uno solo, así como un gran engranaje.

Teoría 1: Principios de la manipulación mediática durante las primeras guerras.

Citando al libro de *Pablo Álvarez Llaneza - Propaganda y manipulación de masas en el siglo XX*. La propaganda varía atendiendo a multitud de factores, tales como la gente a la que va dirigida, la entidad que la emite, el cómo se emite y su finalidad, entre otros. La forma de catalogarse ha variado y se han añadido nuevos conceptos de ordenación en los últimos años.

Propaganda blanca: se asume que la fuente es abierta, bien identificada y transparente además de tener un objetivo claro y conciso.

Propaganda negra: se desconoce su origen e intenta hacer creer a la audiencia que proviene del bando «amigo» para que sea tratada como propaganda blanca. El ejemplo más importante nos lo proporciona la Segunda Guerra Mundial y el uso que, en este sentido, se hizo de la radio.

Propaganda gris: no se sabe realmente su fuente, aunque si bien es cierto que pueda hacerse pasar por un mensaje neutral, realmente está tratando de obtener el mismo resultado que la propaganda negra. Su contenido generalmente versa sobre información censurada por un bando y suele producir efectos devastadores en la moral de quien la recibe.



La propaganda tiene una importancia capital en cualquier conflicto actual, si bien es cierto que su desarrollo principal como tal se realizó durante todo el siglo pasado potenciado por las dos guerras mundiales y la posterior Guerra Fría. De cualquier forma, su uso está tan extendido que las teorías desarrolladas en aquella época hoy en día son aplicadas incluso por las empresas para conseguir un mayor índice de ventas año tras año.

Teoría 2: Orígenes del diseño gráfico para entender su relación.

Según los análisis de distintos libros de *Arq. Indira Lisseth Alfaro Gutiérrez*, afirma con su basta investigación una visión de los orígenes del diseño gráfico que, sin ser formalmente sobre mi tema, su origen “natural” ya viene de la mano con la manipulación de las imágenes y colores, hasta se complementan con la anterior teoría. El padre del término “diseño gráfico” fue el americano William Addison, un diseñador que trabajó con material publicitario en distintos formatos, desde carteles y panfletos hasta anuncios en periódicos y revistas en 1922.¹

El diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño descubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico se debe colocar a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. Todo diseño incluso el más novedoso, sigue modelos, códigos, formas y géneros ya existentes, estos modelos constituyen toda la red de nuestro mensaje visual, el cual está en continua evolución y expansión.

La definición de la profesión del diseñador gráfico es más bien reciente, en lo que refiere su preparación, su actividad y sus objetivos. Aunque no existe consenso acerca de la fecha exacta en la que nació el diseño gráfico, algunos lo datan durante el período de entreguerras. Otros entienden que comienza a identificarse como tal para finales del siglo XIX. Puede argumentarse que comunicaciones gráficas con propósitos específicos tienen su origen en las pinturas rupestres del Paleolítico y en el nacimiento del lenguaje escrito en el tercer milenio a. de C.



Pero las diferencias de métodos de trabajo, ciencias auxiliares y formación requerida son tales que no es posible identificar con claridad al diseñador gráfico actual con el hombre de la prehistoria, con el xilógrafo del siglo XV o con el litógrafo de 1890.

La diversidad de opiniones responde a que algunos consideran como producto del diseño gráfico a toda manifestación gráfica y otros solamente a aquellas que surgen como resultado de la aplicación de un modelo de producción industrial; es decir, aquellas manifestaciones visuales que han sido "proyectadas" contemplando necesidades de diversos tipos: productivas, simbólicas, ergonómicas, contextuales, etc.

Teoría 3: Como funciona la publicidad en el manejo social.

Este es el documento más parecido al tema a tratar en esta tesis (y el que se está haciendo homenaje), el encontrarlo fue una complicada búsqueda. Un libro sin autor alguno, pero con la poca información de su título: *Armas Silenciosas para una Guerra Tranquila - Manual Introductorio de la Programación - Investigación del funcionamiento - Manual Técnico*. Marca el 25 Aniversario de la Tercera Guerra Mundial, llamada la "Guerra Tranquila", llevada a cabo con el uso de subjetivos elementos de guerra biológica, usando "armas silenciosas" para luchar.

Metodología estratégica y táctica desarrollada bajo la dirección militar en Inglaterra durante la Segunda Guerra Mundial. El propósito original de Operations Research era estudiar los problemas estratégicos y tácticos de defensa de aire y tierra con el objetivo del uso eficaz de recursos militares limitados, contra enemigos extranjeros (es decir, logística). La ingeniería social (análisis y automatización de una sociedad) requiere la correlación de grandes cantidades de información económica (datos) que cambian constantemente, por ello, un procesamiento de datos computarizado de alta velocidad era necesario, que podría ir delante de la sociedad y predecir cuándo ésta, la sociedad, estaría lista para la capitulación.



Marco conceptual.

De nuevo retomando el título que ya se hizo casi costumbre de aparecer en los inicios; **Armas silenciosas para guerras tranquilas**. No se puede dar conceptos de este título ya que es simbólico, con el propósito intrínseco de dar un mensaje del verdadero tema **Manipulación mediática por medio del diseño gráfico**. El marco conceptual parte de dividir dos cosas primordiales las cuales son:

- Diseño gráfico
- Medios de comunicación.

Principales conceptos y cimiento de la investigación, la “pieza angular”. Después estos se dividen en otros dos conceptos básicos.

- Psicología.
- Manipulación
- Hombre contemporáneo.

Están ordenados de manera en que la función de un marco conceptual en si tiene su función principal, básicamente contextualizar al lector. Partiendo del **diseño gráfico** y sus conceptos de Design concept: theoretical considerations - Dra. Ma. Eugenia Sánchez Ramos, con la que me identifico maravillosamente ya que consiste en que es polisémico, está inmerso en definiciones parciales de acuerdo a lo que se relaciona. Enfatizan el diseño como el acto de crear algo material, concreto, bidimensional o tridimensional, hasta la estructuración de un espacio, imagen, u objeto intangible y virtual. El autor en cuestión presume que parte de una base importante que es la del diseño proceso permanente de cambio porque se realiza en función del hombre y de sus necesidades. Aunado a la teorización se muestra la relación de dichos argumentos con el Taller de Diseño, la cuál es el eje rector en numerosos planes de estudio en la disciplina a nivel mundial. En si el diseño gráfico son las actividades destinadas a comunicar a través de imágenes o un conjunto de elementos visuales, los cuales transmitirán desde el



concepto, una idea o sensación hacia el espectador. Es todo lo que transmite algo a través de una composición visual, sea amor, odio, alegría o tristeza, pero con un énfasis particular en una audiencia y objetivos determinados. Incluso los carteles políticos transmiten algo.

El diseño gráfico se sostiene de otro concepto importante el cual es **medios de comunicación**, el autor Jesús González Pazos tiene la idea de que los medios de comunicación son “el cuarto poder”, establece como característica esencial de los sistemas democráticos contemporáneos su constitución sobre la base de los llamados tres poderes: ejecutivo, legislativo y judicial. Una segunda característica, centro también del funcionamiento democrático, radica en la independencia que mantienen los distintos poderes, pero combinada con una importante supervisión también de los unos sobre los otros. No se pretende ahora profundizar sobre la idoneidad de este sistema o respecto a su buen funcionamiento. El elemento clave que resulta definitorio sobre qué es un medio de comunicación es entender, en sí mismo, qué es un acto comunicativo.

Toda situación comunicativa en la que se produzca un intercambio de información entre un emisor y un receptor será un acto comunicativo. En este contexto, entendemos el proceso de la siguiente manera; un emisor envía un mensaje, que es recibido por un receptor mediante la propagación del mensaje en un canal y un código compartido entre ambos actores.

Tanto el diseño gráfico depende de los medios de comunicación básicamente para existir ya que es un medio comercial, ahora para relacionarlo con la manipulación ya tenemos la primera base que es un alcance masivo por los medios de comunicación masivos y el uso del diseño gráfico en ello tenemos que saber sobre **psicología** que está presente en todas estas simplemente por ser actividades humanas, la Universidad Intercontinental México tiene una aproximación al concepto de psicología, Para algunos, la psicología se ocupa únicamente de la aplicación de test con el fin de diagnosticar trastornos del comportamiento, evaluar las capacidades, la personalidad, etc. Si bien ésta es una ocupación importante del profesional de la psicología, esta visión del todo



por una de sus partes lleva necesariamente a una apreciación parcial de la psicología. Existe una aproximación sistemática a la psicología, Consiste en el conocimiento popular sobre las personas y sus comportamientos (costumbres o hábitos. Su procedencia puede ser tan diversa como la experiencia propia, la intuición, el sentido común, las manifestaciones artísticas (música, literatura, pintura) o las tradiciones populares (refranes, fábulas, mitos). A pesar de su origen, estos conjuntos de conocimientos son útiles, ya que “conocer cómo son las personas” permite comportarse de forma adaptativa a la conducta de los demás, dando una respuesta óptima a cada situación, del conocimiento de estas respuestas sobre el comportamiento de las personas y su predicción de anexa la **manipulación y el hombre contemporáneo**, esta consiste en un fenómeno estrictamente psicológico, que es el miedo. En otros tiempos se creía que la ciencia era fuente continua de progreso que mejoraba necesariamente las condiciones de vida humana y, por consiguiente, el esfuerzo intelectual científico era siempre bueno. Las amargas experiencias de los últimos años, por el contrario, han fortalecido en la mente de toda la idea de que la ciencia no siempre produce buenos frutos y que, por ello, debe plantearse de forma personal la responsabilidad de su trabajo, ya que puede ocurrir que su esfuerzo contribuyera no al mejoramiento de la vida de los hombres sino a su degradación o, incluso, aniquilamiento.

Así dicese del hombre que podría definirse como homo-manipulator, que puede modificar cuanto le rodea, crear su propio ambiente, planificar su futuro. Otras veces se entiende manipular como reprimir, lo que tampoco es un significado muy preciso desde el momento en que reprimir se ha convertido, también en un término de notable ambigüedad. En esta dirección nos encontramos que distingue dos tipos de instituciones: manipuladoras, que reprimen la actividad humana.



Metodología.

Según Isaac Newton es un método de análisis que “consiste en realizar experimentos y observaciones, en sacar de ellos conclusiones generales por inducción y en no admitir otras objeciones en contra de esas conclusiones que aquellas salidas de los experimentos u otras verdades ciertas, pues las hipótesis no han de ser tenidas en cuenta en la filosofía experimental”. El análisis posibilita el pasar de “los efectos a las causas y de estas causas particulares a las más generales, hasta que el argumento termina en la más general”.

En este sentido, la síntesis, por un lado, requiere el análisis y, por otro, lo complementa; de forma tal, que partiendo de los fenómenos se encuentren, a partir del análisis, las causas de dichos fenómenos y a partir de dichas causas asumidas como principios se dé razón del resto de los fenómenos. La síntesis tiene una virtud adicional a la de dar cuenta de otros fenómenos, que es la de poner a prueba el potencial explicativo de las causas. Un procedimiento único de análisis y síntesis, en el cual cada uno de dichos procesos opera independientemente y en momentos sucesivos, sin perder por ello el carácter unitario.

Método explicativo.

Se usará esta metodología porque busca encontrar las razones o causas. Su objetivo último es explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste. La comprobación de hipótesis, identificación y análisis de las causales. Los estudios de este tipo implican esfuerzos del investigador y una gran capacidad de análisis, síntesis e interpretación. Asimismo, debe señalar las razones por las cuales el estudio puede considerarse explicativo. Su realización supone el ánimo de contribuir al desarrollo del conocimiento científico.



Tipo de investigación.

Con una búsqueda de un tipo de investigación que se acomodara al tema social que trato la **investigación teórica cualitativa** también denominada investigación especulativa utiliza el pensamiento u operaciones mentales: imaginación, intuición, abstracción y deducción para crear modelos, explicaciones o teorías acerca de fenómenos no observables. Se fundamenta en la corriente epistemológica racionalista, es propia de las ciencias formales cuyos objetos de estudio son ideales o intangibles.

El producto de la investigación teórica o especulativa son grandes teorías constituidas por conceptos abstractos relacionados en leyes científicas y postulados que explican y predicen fenómenos universales. “Newton y su sucesor, Einstein, desarrollaron grandes teorías para explicar las relaciones entre materia, energía y movimiento.” Siento que esta corriente llevara por un buen camino de la explicación y análisis de la manipulación mediática mediante el diseño gráfico.

Técnica de investigación.

La técnica es casi incierta, se comportará como una persona (cambiante y caótica) se sustentará de libros de distintos autores, posiblemente encuestas si es necesario. Más que nada leer todo lo relacionado y sacar conclusiones con base a la teoría, quizás y nazcan nuevos conceptos.



Cronograma de actividades



Benson. (2006). Psicología. Ediciones Paidos Iberica.

Ching, F. D. K. (2006). Arquitectura: Forma Espacio y Orden. Editorial Gustavo Gili.

Cufre, H. V. (2004). Lenguajes artisticos plastico visual. Saint Claire.

Frascara, J. (1998). Diseno grafico y comunicacion. Ediciones Infinito.

Haug, W. (1996). Publicidad y Consumo. Fondo de Cultura Economica.

Link, J., & Weiser, C. (2014). Marketing-controlling. Vahlen.

Olds, S. B., & Papalia, D. E. (2000). Psicología. McGraw-Hill Companies.

Perinat, A. (2004). Psicología del desarrollo. Uoc.

Pottier Navarro, H. (2000). La Polisemia Lexica En Espanol: Teoria y Resolucion.

Gredos.

Scopesi, A. (2000). Publicidad (3rd ed.). Macchi Grupo Editorial.

Torres, M. (2020). Psicología Oscura Y Manipulacion: Metodos Secretos De Control

Mental Para Persuadir E Influenciar Cualquier Tipo De Personas Mediante la

Inteligencia Emocional, El Lenguaje Corporal Y Verbal. Independently Published.

Wong, W. (2004). Diseno grafico digital. Editorial Gustavo Gili.



Capitulo



Manipulación y el mundo.

Manipular como modificar, así dicese del hombre que podría definirse como homo manipulador, que puede modificar cuanto le rodea, crear su propio ambiente, planificar su futuro.

El reciente significado peyorativo de la palabra «manipulación sería algunas de las formas de utilizar ciertos medios reprobables, mediante las que se pretende evitar o modificar el desarrollo de la dinámica interna de la libertad ajena. intentar evitar el desarrollo de la dinámica interna de la libertad ajena no es algo necesariamente malo pues no faltan quienes por causas diversas; ignorancia, perversidad, erróneo concepto de auto afirmación, etc. causan ilegítimos daños a los demás, de modo que toda sociedad debe arbitrar los medios para defenderse de tales actuaciones. También debe señalarse que, si los medios utilizados son buenos, nada hay de reprobable en tal intento.

En circunstancias más extravagantes, conseguir sus objetivos exacerbando el impulso sexual o el instinto de comer y beber, en la esperanza de desencadenar, para su provecho, las fuerzas naturales no conscientes. Cuando pretendemos exacerbar las pasiones específicamente humanas como el deseo de excelencia en sus distintas formas y el deseo de seguridad, o cuando nos limitamos a considerar al hombre meramente como una afectividad a captar, y para ello lo engañamos con un cariño inexistente, para moverle a realizar lo que deseo, o si mediante la seducción o el terror.

La manipulación no solo involucra poder, sino específicamente abuso del poder, es decir, dominación. En términos más específicos, pues, implica el ejercicio de una forma de influencia ilegítima por medio del discurso: los manipuladores hacen que los otros creen y hagan cosas que son favorables para el manipulador y perjudiciales para el manipulado. En un sentido semiótico de la manipulación, esta influencia ilegítima también puede ser ejercida con cuadros, fotos, películas u otros medios. De hecho, muchas formas contemporáneas de manipulación



comunicativa, por ejemplo, por los medios de comunicación, son multimodales, tal como es el caso, típicamente, de la propaganda.

Desinformar en la sociedad de la información.

La sociedad actual está siendo sometida a una gran cantidad de información lo cual genera el problema, posponer su adopción. Actualmente se está valorando la información como fenómeno cultural y su consideración como un activo y en consecuencia generar conocimiento y sabiduría. No siempre se han tenido las facilidades para producir y comunicar información de manera rápida como lo hacemos actualmente. En ciertos periodos era muy difícil comunicarnos, enviar correspondencia, realizar una videoconferencia, obtener artículos científicos, por ejemplo y casi impensable contar con medios que nos permiten compartir ideas y superar la premisa de estar desinformado.

desinformar tiene que ver con tres elementos básicos del proceso de comunicación: el emisor, el mensaje y el receptor. El emisor como colectivo mantiene un objetivo común o interés para que el emisor reciba la información contenida. La información como mensaje y ofrecerla de manera errónea para confundir a los receptores llámense audiencia, radioescuchas, televidentes, o ciberlectores con una intención clara de confundir o crear una opinión, es desinformar. El omitir información, con una intención específica, es desinformar.

difundir información de manera indiscriminada, con la finalidad de confundir al lector, es desinformar. Finalmente, cuando el receptor aun teniendo disponible se ve imposibilitado en buscar, discriminar, analizar y entender los mensajes la información se considera un individuo desinformado, es decir requiere ser alfabetizado informacionalmente. Entonces, desinformar es informar, es saturar de información, es confundir, es omitir información, es proporcionar información sesgada, es no comunicar; desinformar es un acto que se confecciona y aplica en todas las actividades humanas, tanto individuales como colectivas.

El acto de desinformar, ya sea al omitir, sesgar o saturar de información es un evento humano, por lo tanto, es siempre posible que haya un interés de



desinformar. Los intereses humanos son responsables de informar o desinformar, aun disponiendo de las mejores herramientas para transmitir información. En este momento, nos enfrentamos al dilema ¿qué de tanta información fluyendo en la Internet? Es difícil encontrar mecanismo para discriminar la verdad de la ficción y ser ciudadanos conscientes para analizarla, discriminarla y sintetizarla, y de esta manera, evitar caer en una situación de desinformación. No toda la fenomenología de la información, desde su producción, organización y uso se encuentra en la frecuencia de disponibilidad para todos, hay intereses personales, colectivos, gremiales, e incluso nacionales que permiten o impiden su compilación y transferencia.

Nunca hasta ahora habíamos tenido acceso a tanta información. Estas tecnologías permitan que estemos mejor informados no implica que seamos capaces de tomar mejores decisiones, hay peligros de la saturación informativa. estar bien informado significa contar con datos correctos y suficientes para tomar una decisión de entre todas las decisiones correctas posibles.

Psicología del diseño gráfico.

El diseño gráfico es un método para comunicar, llevar el mensaje de forma persuasiva y de una forma atrayente, hoy en día se necesita la psicología para llegar al público, a partir de los gustos y la estética visual, los signo, las sensaciones y percepciones y de las formas con que nos topamos diariamente.

Los círculos, óvalos y elipses tienden a proyectar un mensaje emocional positivo. Usar un círculo en un diseño de logo comunica comunidad, amistad, amor, relaciones y unidad. Los anillos tienen una implicación de matrimonio y sociedad, lo que sugiere estabilidad y durabilidad. Además, las curvas implican movimiento y, con frecuencia, se usan para reflejar una sonrisa que promueve felicidad en un producto. En diseño es perfecto usarlo cuando se quiere representar el logotipo de grupos sin fines de lucro, organizaciones globales, organismos gubernamentales, entre otras.



Los cuadrados y triángulos indican estabilidad en términos más prácticos y también pueden ser usadas para significar balance. El cuadrado es ideal para representar algo que es serio y fortalecido, es una forma masculina y tecnológica,

mientras que utilizar el triángulo puede representar cualidades inspiradoras. No obstante, cuando están combinados con colores como azul o gris, pueden parecer fríos y poco atractivos. En cambio, con una ubicación torcida o colores más dinámicos puede crear algo más interesante.

Las líneas verticales, nuestro subconsciente las asocia con masculinidad, fortaleza y agresión, mientras que las líneas horizontales sugieren unión, tranquilidad y calma.

Las líneas rectas y formas precisas también comunican fuerza, profesionalismo y eficiencia.

Las líneas diagonales ofrecen una sensación de dinamismo y velocidad. Estas líneas explotan en el subconsciente y los logos con muchas líneas diagonales tienden a pertenecer a empresas vivas, vibrantes que desean ser escuchadas. Pero, el uso exagerado de estas líneas representa un peligro ya que los diseños de logos pueden ser vistos como peligrosos, volátiles y de poca confianza.

Relación del diseño gráfico con los medios de comunicación.

Mecanismos o herramientas a través de los cuales se transmite una noticia de forma colectiva, sin embargo puede existir dentro de ellos ciertas diferencias, ya que la noticia que se difunde no necesariamente tiene que ser masiva, también puede darse interpersonal, es decir, los medios de comunicación masivos son los que tienen la capacidad de difundir las noticias de carácter público a una gran cantidad de personas, mientras que los medios interpersonales comunican dentro de un contexto más privado, entre dos, tres o más personas, un ejemplo son los correos electrónicos, el teléfono.



gráfico es una herramienta efectiva en la comunicación de las causas sociales y buscamos explicar el porqué de su necesidad dentro de la labor de comunicar causas comunitarias. Se utiliza en todo tipo de materiales publicitarios incluyendo packaging, folletos y sitios web.

La creación de un logotipo para una empresa es una parte importante del marketing. Un logotipo puede ser un símbolo, texto o imagen. En resumen, una interpretación visual de lo que una empresa representa.

Hacer folletos u otro material informativo es otra de las funciones más habituales en el diseño gráfico. Es su trabajo incorporar el logotipo y las imágenes en un estilo que capture la esencia del negocio. Un folleto debe ser visualmente atractivo e incluir toda la información relevante acerca de la empresa para que el consumidor se sienta obligado a leerlo.

El embalaje es una de las cosas que llama primero la atención a los clientes. Eso lo convierte en un elemento clave del diseño. El uso de imágenes y textos que destaquen puede atraer la atención de los consumidores hacía un determinado producto en vez de hacia el de la competencia.

el diseño en televisión es todo un universo. Tanto es así que existen incluso unos premios internacionales, los PromaxBda, que reparten galardones entre infinidad de categorías del diseño y el marketing en televisión, también está presente en la radio, comerciales, cine. El diseño gráfico está íntimamente relacionado con los medios de comunicación ya que; depende de él.

El diseño gráfico podría ser una gran herramienta para la desinformación de las sociedades con la desinformación y manipulación de la información, así manipulando a grandes masas. también en las redes sociales.



Manipulación y cognición.

Manipular a la gente implica manipular sus mentes, es decir, sus conocimientos, opiniones e ideologías que, a su vez, controlan sus acciones. Sin embargo, hemos visto que hay muchas formas de influencia mental basada en el discurso, tales como la información, la enseñanza y la persuasión, que forman y cambian los conocimientos y las opiniones de la gente. En términos del contexto del discurso. A fin de poder distinguir entre el control mental legítimo del ilegítimo, primero es necesario ser más explícito en cuanto a cómo puede el discurso afectar la mente. Puesto que la mente es extraordinariamente compleja, también la manera en la que el discurso puede influenciarla involucra intrincados procesos que solo pueden ser manejados en tiempo real, mediante la aplicación de estrategias eficientes. Para nuestros propósitos en este artículo, simplificaremos tal descripción en unos pocos principios y categorías básicas del análisis cognitivo.

Un pilar fundamental de esto es el contexto y manejo de del discurso.

La manipulación de la comprensión del discurso: El discurso en general y el discurso manipulativo en particular involucran el procesamiento de la información en la memoria de corto plazo, dando como resultado básicamente la comprensión. Este procesamiento es estratégico, en el sentido de ser inmediato, dirigido a un fin, que opera a distintos niveles de la estructura del discurso e hipotético: se hacen conjeturas rápidas y eficientes y se toman atajos en lugar de hacer análisis completos.

Una forma de manipulación consiste en controlar algunas de estas estrategias que están parcialmente automatizadas. Imprimiendo parte del texto en posición destacada y en letras más grandes o en negrita. Ello atrae más la atención y requerirá más tiempo de procesamiento, tal como sucede con los titulares, títulos o consignas con lo que se contribuye a un procesamiento más detallado y a una mejor representación y recuerdo. Los titulares y títulos también funcionan como la categoría textual convencional para la expresión de la macro estructura semántica o tópico, que organiza las estructuras semánticas locales; también es



por esta razón que estos tópicos se representan y recuerdan mejor. Lo que queremos señalar aquí es que rasgos específicos del texto oral o escrito tales como su representación visual pueden específicamente afectar el control de la comprensión estratégica.

No ocurre solo en la manipulación, sino también en otras formas legítimas de comunicación, como presentación de noticias, libros de estudio y un sin número de otros géneros. Esto sugiere que, en términos cognitivos, la manipulación no tiene nada de especial: hace uso de propiedades muy generales del procesamiento del discurso. Así pues, tal como fue el caso en el análisis social de la manipulación, necesitamos más criterios para distinguir entre la influencia legítima y la ilegítima en el procesamiento del discurso. La manipulación en esos casos puede consistir en el hecho de llamar la atención hacia la información, de modo que la comprensión resultante puede ser parcial o sesgada; por ejemplo, cuando los titulares enfatizan detalles irrelevantes más que los tópicos importantes de un discurso perjudicando con ello la comprensión de detalles por la influencia del procesamiento de arriba hacia abajo de los tópicos. La otra condición social que debiera agregarse en este caso, y tal como lo hicimos anteriormente, es que esa comprensión parcial o incompleta juega en favor de los intereses de un grupo o institución poderosa y en contra de los intereses del grupo dominado. No es una condición cognitiva ni textual, sino una normativa social y contextual: los derechos de los receptores de ser adecuadamente informados. Nuestro análisis cognitivo pretende explicar detalladamente cómo la gente es manipulada mediante el control de sus mentes, pero no se puede explicar por qué esto es malo. Procesos similares entran en juego en muchas formas de expresión no verbal, tales como la configuración o disposición general, el uso del color, fotografías o dibujos en la comunicación escrita, o gestos, muecas faciales y otras actividades no verbales en el discurso oral.



Dado que el procesamiento del discurso en la memoria a corto plazo incluye formas tan diferentes de análisis como operaciones fonéticas, fonológicas, morfológicas, sintácticas y léxicas, todas dirigidas hacia una comprensión eficiente, todos y cada uno de estos procesos de la memoria a corto plazo pueden ser influenciados por diversos medios. Por ejemplo, una pronunciación más clara o lenta, una sintaxis menos compleja y el uso de términos básicos, un tópico claro acerca de un tema que los receptores manejan bien, entre otras muchas condiciones, en general tenderán a favorecer la comprensión.

Esto también significa que si los hablantes quieren dificultar la comprensión, tenderán a hacer lo opuesto, es decir, a hablar más rápido, con menor claridad, con oraciones más complejas, palabras más abstrusas, tópico confuso acerca de un tema menos conocido por la audiencia como puede ser el caso, por ejemplo, en los discursos legales o médicos que no están dirigidos, primordialmente, hacia una mejor comprensión por parte de los clientes y, en consecuencia, puede asumir formas manipulativas cuando se estorba intencionalmente la comprensión. En otras palabras, si grupos o instituciones dominantes quieren facilitar la comprensión de información consistente con sus propios intereses e impedir la comprensión de la información que no favorece sus intereses entonces pueden típicamente usar estas formas de manipulación basadas en la memoria a corto plazo de la comprensión del discurso. Vemos que hay dimensiones cognitivas, sociales, discursivas y éticas implicadas en este caso cuando se dificulta ilegítimamente la comprensión del discurso. La dimensión ética también puede involucrar otro criterio (cognitivo) referido a si este control de la comprensión es intencional o no lo es como es el caso cuando se distingue entre asesinato y homicidio no premeditado o cuasi delito de homicidio. Esto significa que en los modelos contextuales de los hablantes o escritores hay un plan explícito para dificultar la comprensión.



Manipulación episódica.

La manipulación basada en la Memoria a corto plazo (MCP) se lleva a cabo en forma instantánea y afecta el proceso estratégico para la comprensión de discursos específicos. Sin embargo, la mayoría de las veces la manipulación está dirigida hacia resultados más estables y por ello se centra en la memoria de largo plazo, es decir, en el conocimiento, en las actitudes y en las ideologías, como veremos en un momento. También forman parte de la memoria a largo plazo los recuerdos personales que definen la historia y las experiencias de nuestra vida, representaciones que tradicionalmente se asocian a la memoria episódica. Es decir, nuestro recuerdo de eventos comunicativos que se encuentran entre nuestras experiencias cotidianas está almacenado en la memoria episódica, a saber, como modelos mentales específicos con sus propias estructuras esquemáticas. Contar una narración significa formular el modelo mental personal y subjetivo que tenemos de alguna experiencia. Y comprender una noticia o un cuento implica la construcción de un similar modelo mental por parte de los receptores.

En la memoria episódica la comprensión de un texto o enunciado se relaciona, pues, con modelos más completos de experiencias. La comprensión no consiste solo en la asociación de significados y palabras, oraciones o discursos, sino en la construcción de modelos mentales en la memoria episódica, que incluyen nuestras propias opiniones y emociones asociadas con un evento oído o leído. Es este modelo mental el que constituye la base de nuestros futuros recuerdos, así como la base de nuevos aprendizajes, tales como la adquisición de conocimientos, actitudes e ideologías basados en la experiencia.

La mayoría de las veces, la estrategia consiste en enfatizar discursivamente aquellas propiedades del modelo que son consistentes con nuestros intereses y des-enfatizar discursivamente aquellas propiedades que son inconsistentes con nuestros intereses. Culpar a la víctima, así, es una de las formas en las que el grupo dominante discursivamente influencia los modelos mentales de los receptores, por ejemplo: mediante la re-atribución de la responsabilidad de las



acciones a favor de sus propios intereses. Cualquier estrategia discursiva que puede así contribuir a la formación o reactivación de modelos preferidos puede ser usada en el discurso manipulativo. Como es el caso en el procesamiento de la MCP, gran parte de la formación y activación de modelos están más bien automatizadas y el sutil control de los modelos mentales a menudo ni siquiera lo notan los usuarios, con lo que se facilita la manipulación.

Manipulación de la cognición social.

Manipular discursivamente cómo los receptores comprenden un evento, acción o discurso es, en ocasiones, muy importante, especialmente en el caso de sucesos tan monumentales como el ataque al World Trade Center en Nueva York, el 11 de septiembre del año 2001 o el ataque con bombas en el tren de España el 11 de marzo de 2004. De hecho, el gobierno conservador español dirigido por José María Aznar trató de manipular la prensa y a los ciudadanos para que creyeran que el ataque había sido cometido por el otro grupo, en vez de por los terroristas islámicos.

Dan origen a modelos mentales que pueden ocupar un lugar especial en la memoria episódica de manera que son bien recordados durante largo tiempo, la forma más influyente de manipulación no se centra en la creación de modelos mentales preferidos específicos, sino en conocimientos abstractos más generales, como saberes, actitudes e ideologías. Si un partido político quiere aumentar su popularidad ante los votantes, típicamente tratará de cambiar positivamente la actitud de los votantes acerca de ese partido, porque una actitud general socialmente compartida es mucho más estable que los modelos mentales de usuarios individuales de la lengua. Influir en las actitudes implica influir en grupos completos y en relación a muchas situaciones.



El discurso.

La manipulación, se realiza mediante el discurso, en sentido amplio, es decir, incluyendo características no verbales, como gestos corporales y faciales, diseño de la impresión, cuadros, música, sonido, etc. Obsérvese que aun cuando las estructuras del discurso en sí no son manipulativas, solo tienen esa función o efecto en situaciones comunicativas específicas y según cómo son interpretadas por los participantes en sus modelos contextuales. Por ejemplo, tal como se estipuló anteriormente, la manipulación es una práctica social de abuso de poder que involucra grupos dominantes y grupos dominados, o instituciones y sus clientes. Esto significa que, en principio, un 'mismo' discurso (o fragmento de discurso) en una situación comunicativa puede ser manipulativo y no serlo en otra situación. Es decir, el significado manipulativo del texto oral o escrito depende de los modelos contextuales de los receptores incluyendo sus modelos de los hablantes o escritores y las intenciones que se les atribuye. También hemos visto que el discurso manipulativo ocurre típicamente en la comunicación pública controlada por élites corporativas, académicas, mediáticas, burocráticas o política dominante. Esto también significa restricciones contextuales, a saber, sobre los participantes, sus roles, sus relaciones y sus acciones y cogniciones típicas. En otras palabras, el discurso se define como manipulativo, en primer lugar, en términos de los modelos contextuales.

Sin embargo, aunque las estructuras discursivas no son necesariamente manipulativas, algunas de ellas pueden ser más eficientes que otras en el proceso de influir en las mentes de los receptores a favor de sus propios intereses. Por ejemplo, tal como ya se sugirió, los titulares se usan típicamente para expresar los tópicos y señalar la información más importante de un texto y, por ello, se pueden utilizar para asignarle peso (extra) a hechos que en sí no serían tan importantes. Y viceversa, discursos acerca de hechos o estados de cosas que son muy relevantes para los ciudadanos o clientes pueden no incluirse



en los titulares si enfatizan las características negativas de grupos o instituciones dominantes.

Implementan el cuadrado ideológico usual de la polarización de grupos discursivos des/enfatizar buenas/malas cosas nuestras/de ellos que uno encuentra en todos los discursos ideológicos. Dado que la manipulación socio-política, como la hemos discutido aquí también implica dominación, es muy posible que tal manipulación también sea ideológica. Así pues, los discursos manipulativos que siguieron a los ataques terroristas del 11 de septiembre y de marzo en Nueva York y Madrid, respectivamente, estaban plagados de ideologías racistas, anti-árabe, anti-Islam, antiterrorista, nacionalista; enfatizando la naturaleza malvada de los terroristas y la libertad y principios democráticos de las naciones “civilizadas”. Por ello, si Bush y sus partidarios quieren manipular a los políticos y/o a los ciudadanos de Estados Unidos de Norteamérica para que acepten ir a la guerra contra Irak, se comprometan en una serie de acciones a nivel mundial en contra de los terroristas y sus protectores, y adopten una ley que limita seriamente los derechos civiles de los ciudadanos, entonces ese discurso será masivamente ideológico. Es decir, lo hacen, enfatizando ‘Nuestros’ valores fundamentales (libertad, democracia, etc.) que contrastan con los ‘malos’ valores atribuidos a los Otros. Consiguieron hacer creer a los ciudadanos, traumatizados por el ataque a las Torres Gemelas, que el país estaba bajo ataque y que solo una guerra contra el terrorismo podía evitar una catástrofe.

La manipulación socio-política es generalmente ideológica y los discursos manipulativos presentan los patrones de polarización ideológica en todos los niveles de análisis, las estructuras discursivas y las estrategias de manipulación no pueden reducirse simplemente a los de cualquier discurso ideológico. De hecho, podemos tener discursos socio-políticos que no son manipulativos, como los debates parlamentarios persuasivos o una discusión en un periódico o en la televisión. En otras palabras, dado nuestro análisis del contexto socio-cognitivo del discurso manipulativo, necesitamos examinar las restricciones específicas,



como la posición dominante del manipulador y la falta de conocimiento relevante de los receptores.

No es probable que existan estrategias discursivas que solo sean usadas en la manipulación. El lenguaje es raramente tan específico, se usan en muchas situaciones diferentes y por gente muy diferente, de diferentes convicciones ideológicas. Quiere decir que, las mismas estructuras discursivas se usan en la persuasión, la información, la educación y otras formas legítimas de comunicación. Sin embargo, dada una situación social específica, puede haber estrategias específicas preferentes en la manipulación, esto es, prototipos manipulativos. Por ejemplo, tipos específicos de falacias se pueden usar para persuadir a la gente para que crean o hagan algo, por ejemplo, aquellas que son difíciles de resistir, como la falacia de la autoridad que consiste en dirigirse a los devotos católicos con el argumento de que también el Papa cree o recomienda tal acción, o dirigirse a los musulmanes señalando que tal cosa también es recomendada por el Corán.

Introducimos el criterio contextual de que los receptores de la manipulación como una forma de abuso de poder pueden ser definidos como víctimas, y esto significa que deben de algún modo ser caracterizadas como carentes de los recursos fundamentales para resistir, detectar o evitar la manipulación.

Estas son condiciones típicas de la situación social, emocional y cognitiva del evento comunicativo y también se incorporan, en parte, de los modelos contextuales de los participantes, es decir, controlan sus interacciones y discursos. Por ejemplo, si los receptores del discurso manipulativo sienten miedo de un hablante, esto se representará en sus modelos contextuales, y lo mismo es válido para sus posiciones relativas y la relación de poder entre ellos y el hablante. Y a la inversa, para que la manipulación sea exitosa, los hablantes tienen que tener un modelo mental de los receptores y su falta de conocimiento, sus ideologías, emociones, experiencias anteriores, etc.



No es necesario que todos los receptores tengan las propiedades ideales del blanco de la manipulación. Puede ser suficiente que un grupo grande o mayoritario tenga tales propiedades. Por eso, en la mayoría de las situaciones reales habrá gente escéptica, cínica, incrédula o disidente que serán impermeables a la manipulación, pero mientras estas no dominen los medios de comunicación de circulación principal, o las élites institucionales u organizacionales, el problema de los contra-discursos son menos serios para los manipuladores.

El ejemplo reciente más típico ha sido la guerra contra Irak, dirigida por Estados Unidos, en la que la mayoría de los principales medios de comunicación apoyaron al Gobierno y al Congreso, y las voces críticas fueron efectivamente marginadas. En cuanto estas voces se hacen más poderosas y más difundidas, como sucedió con la guerra contra Vietnam, la manipulación funciona en forma menos eficiente y finalmente puede llegar a ser inútil, porque los ciudadanos tienen suficiente contra-información y contra-argumentos como para resistir el discurso manipulativo. De hecho, como fue el caso después del ataque terrorista con bombas en Madrid, los ciudadanos pueden resentir tanto la manipulación que se vuelvan en contra del manipulador y voten para sacarlos de sus cargos.

Estas estrategias del discurso manipulativo parecen ser mayoritariamente semánticas, en otras palabras, focalizan el contenido del texto o del enunciado. Sin embargo, como es el caso en la implementación de las ideologías, estos significados preferentes pueden enfatizarse o desenfatzarse de la manera corriente: al des-topicalizar los significados, mediante actos de habla específicos, significados locales, más o menos precisos o específicos, manipulando la información explícita vs. implícita, la lexicalización, las metáforas y otras figuras retóricas, así como, mediante la expresión y realización específicas, entonación, volumen, rapidez; disposición, tipo de letra, fotos, etc. Por tanto, la poderosa posición del hablante puede enfatizarse mediante un contexto muy formal, la vestidura, el tono de voz, la selección léxica, etc. Como un discurso oficial del presidente dirigiéndose a la nación o al Congreso. La confiabilidad de las fuentes



puede destacarse aún más, mencionando fuentes de autoridad, mediante el uso de fotos. como también fue el caso para demostrar la presencia de armas de destrucción masiva en Irak. Un oponente o disidente puede ser desacreditado mediante la muestra usual de la polarización Nosotros/ Ellos, mencionada anteriormente. Cada uno de estos rasgos discursivos de manipulación debe ser examinado más detalladamente para ver cómo se formulan, cómo funcionan en el texto y en el enunciado y cómo logran sus funciones y sus efectos.

Estas estrategias del discurso manipulativo parecen ser mayoritariamente semánticas, en otras palabras, focalizan el contenido del texto o del enunciado. Sin embargo, como es el caso en la implementación de las ideologías, estos significados preferentes pueden enfatizarse o desenfatzarse de la manera corriente. Por tanto, la poderosa posición del hablante puede enfatizarse mediante un contexto muy formal, la vestidura, el tono de voz, la selección léxica, etc. como un discurso oficial del presidente dirigiéndose a la nación o al Congreso. Se pueden activar y apelar a las emociones mediante palabras emotivas especiales, retórica dramática. Un oponente o disidente puede ser desacreditado mediante la muestra usual de la polarización Nosotros/ Ellos, mencionada anteriormente. Cada uno de estos rasgos discursivos de manipulación debe ser examinado más detalladamente para ver cómo se formulan, cómo funcionan en el texto y en el enunciado y cómo logran sus funciones y sus efectos.



Capitulo III: Marco teórico.

3.1 Una sociedad feliz.

3.2 La magia del diseño gráfico.

3.3 Un mundo feliz



Una sociedad feliz.

Se le impide pensar. Porque una sociedad que no piensa, carece de creatividad para dar solución a sus problemas, está quieta y quiere permanecer en el mismo sitio. No quiere cambiar nada, ni piensa en crear algo nuevo. Tampoco quiere luchar, sino disfrutar lo que puede, ante un mundo apocalíptico. Las personas trabajan, llegan a su casa, encienden el TV y encuentran diversión, entretenimientos, gente linda, mujeres desnudas, hombres que parecen inteligentes y que les explican todo sobre economía, política, etc.

El pueblo de EEUU, es el más manipulado del mundo, a través del terror. Los que hacen negocio, son otros. La fabricación y venta de armas de guerra, se basa en constantes agresiones bélicas a otros países, para vender armas y luego, con el cinismo característico que tienen, ofrecerles créditos usurarios para levantar los edificios caídos y dejarla como estaba antes o mejor. Un negocio redondo que llevan a cabo siempre. Tendremos que despertar y darles valor a otras cosas, si no queremos desaparecer.

Un amplio rango de tácticas psicológicas capaces de subvertir el control de un individuo sobre su propio pensamiento, comportamiento, emociones o decisiones. Los métodos por los cuales puede obtenerse tal control (sea directa o sutilmente) son el foco de estudio entre psicólogos, neurocientíficos y sociólogos. Por otra parte, la cuestión del control mental se discute en relación a la televisión, religión, política, prisioneros de guerra, totalitarismo, operaciones encubiertas, manipulación neurocelular, cultos, terrorismo y tortura.

Las plataformas digitales, las “fake news”. La red, dominada por un pequeño número de empresas dedicadas a extraer datos, se usa para manipular a la gente. Facebook y Twitter no son democráticos, como nos contaron en las primaveras árabes, pues funcionan de forma opaca y centralizada. La red define



todos los aspectos de nuestra sociedad. Y, sin embargo, es secreta, su tecnología está oculta, sus algoritmos son opacos, sus decisiones.

Desde el bebé que sabe que si llora su madre lo terminará cogiendo en brazos, pasando por aquella amiga que cuenta una historia, pero se reserva la parte más importante a conciencia, hasta el muchacho que aprovecha la ruptura de una chica con su novio para captar su atención. Detrás de todas estas situaciones, aparentemente habituales y sin más vuelta de hoja, se esconden unas técnicas de manipulación que han tenido en cuenta muchos personajes relevantes a lo largo de la historia.

- La distracción: no se lleva a cabo de forma tan directa como con esta simple pregunta, el objetivo de esta técnica consiste en provocar ese desvío de atención para que el público no se centre en la información realmente importante y pase a interesarse por la secundaria.
- Problema – solución: Se basa en crear un problema para provocar una reacción y, a posteriori, plantear una solución.
- Diferir: Posponer algo es más sencillo que afrontarlo en el presente más inmediato, pero el dicho “no dejes para mañana lo que puedas hacer hoy” anima a que se afronte el “sacrificio” y se eviten así las sorpresas con las que a menudo deleita la incertidumbre del futuro.
- Tono infantil: ¿Quién no se fiaría de un niño? Su lenguaje cercano, tono dulce e inocente nos hace pensar que sus intenciones son inofensivas. De ahí que cuando empleamos un tono parecido y sin aparente maldad, se incrementa la posibilidad de que el receptor no cuestione el contenido y responda de manera favorable. Por este motivo, en Publicidad mientras



más suaves sean las voces, más opciones existen de ganarte la confianza del espectador.

- Apelar a las emociones antes que a la reflexión: La inteligencia es producto del equilibrio entre la razón y la emoción, Si una decisión se toma prescindiendo del análisis racional y el único criterio es la impresión emocional, la percepción del problema no se ve de manera completa y objetiva. Por lo tanto, un experto manipulador puede, “al tocar el corazón de su víctima”, disuadirlo, crearle miedos, deseos, necesidades.
- Ignorancia: Las personas que no han tenido la oportunidad de formarse intelectualmente o que carecen de conocimiento en temas indispensables, son un blanco perfecto de manipulación. Ante su desconocimiento, estas personas suelen dejarse aconsejar con facilidad, se fían de alguien que sabe más de una determinada realidad y encomiendan su futuro a los que les prometen que van a mirar por su bien. La ignorancia hace que no sepas diferenciar la verdad de la mentira, coarta tu libertad y no permite que cultives tu criterio ante la vida. Tener fe en las personas es bueno, pero no todos los individuos con poder buscan algo más que el interés propio. Por ello, la educación es fundamental.
- Auto culpabilidad: Implica reducir a una persona emocionalmente haciéndole sentir la causa de sus desgracias y quitándole valor. Una vez el individuo está neutralizado anímicamente, no se sentirá motivado para superarse, refutar opiniones o defender sus ideales. Habrá perdido confianza, amor propio y la voluntad de esforzarse para crecer personalmente. Ser fiel a uno mismo y consolidar tu personalidad es vital para no caer en esta trampa.



Quienes manejan los medios de comunicación masivos, actúan bajo su aparente neutralidad, como administradores de los agentes de dominación y sus mensajes y sirven para la importación de ideas y pautas de valores que son funcionales a los intereses de ciertos grupos de poder del sistema. Al mismo tiempo los medios de comunicación masivos cumplen en nuestras sociedades una función desorganizadora y desmoralizadora de las clases dominadas y buscan cohesionar a las masas entorno a las clases dominantes y sus intereses. En términos de política nacional, quizás, podríamos hablar de grupos de poder que ejercen su dominio sobre sociedad valiéndose de los medios de comunicación masivos.

En realidad, la manipulación de la opinión pública o si se prefiere la manipulación de las masas, no es algo nuevo, ha sido llevada a la práctica en numerosas ocasiones y continua en la actualidad. Muchos intelectuales se han ocupado de analizar el impacto que tienen no solo los medios de comunicación masivos, sino, también, como desde la política se manipula a través de los mensajes y gestos al grueso de la sociedad. Los peligros de la manipulación que ejercen los medios de comunicación, sumado a las técnicas de dominación de las masas por parte de ciertos grupos de poder, dejan expuestos los peligros y amenazas a las que están sometidas las sociedades.

En México por desgracia la manipulación ha sido tan grosera y evidente que por lo general pasa desapercibida a la vista de la sociedad.

El control de las ideas, La esencia de la manipulación informativa radica en el control de las ideas. Por una parte, lo que se repite hasta la saciedad cala entre el público y se convierte en verdad absoluta, aunque no lo sea. Ya decía Joseph Goebbels, el artífice de la propaganda nazi, que “una mentira repetida mil veces se convierte en verdad”. Por otra parte, de lo que no se habla en los medios de



comunicación, sencillamente no existe, queda fuera del debate de las ideas y desaparece del espacio público. Esto hace que los medios con mayor difusión detenten el llamado “monopolio de las ideas”, pues la sociedad solo trata aquellos temas que son noticia en los medios. Aurora Labio, profesora de periodismo en la Universidad de Sevilla, alerta de que el monopolio se extiende por todo el mundo, señalando que “una sociedad globalizada en términos económicos, es una sociedad uniformada en términos culturales e informativos”.

Los recursos que se utilizan para manipular al personal van desde la mentira flagrante hasta la simple omisión de información, pasando por las verdades a medias, la propagación de rumores o la desinformación. El uso de técnicas como la descontextualización, la generalización o la desorganización del contenido está a la orden del día. También se juega con la forma de utilizar el lenguaje y diversas formas de eufemismos. Por ejemplo, expresiones como “fuerzas de paz”, “daños colaterales” u “operación quirúrgica” tienen por objeto dulcificar la información sobre conflictos armados para que las guerras parezcan un mal menor en lugar de las verdaderas tragedias humanas que son.



La magia del diseño gráfico.

Psicología del diseño y creación de productos, los seres humanos varían psicológicamente en formas complejas. Cualquier intento por parte de los diseñadores de clasificar a las personas en grupos simplemente da como resultado una declaración de principios generales que pueden o no ser relevantes para el individuo.

El diseño impregna todos los aspectos de la experiencia humana y los datos relacionados con lo que no se puede ver, como el tacto, el gusto y el olfato, son a menudo expresiones de opinión en lugar de hechos comprobables. El análisis del sistema de procesamiento de información humana requiere que un diseñador analice críticamente un rango de causas y efectos para identificar dónde podría ocurrir una falla potencial y el efecto que podría tener.

Datos del factor psicológico; Los Factores psicológicos son datos de factores humanos relacionados con las características físicas utilizadas para optimizar la seguridad, salud, comodidad y rendimiento del usuario, incluyen olor, luz, sonido, sabor, textura y temperatura. Son una parte importante de la ergonomía y la eficiencia y la seguridad humana pueden verse afectadas por estos factores.

Cada forma, cada letra, cada tonalidad influyen a la hora de que interactuemos con ellas. Por este motivo, distintas estrategias de marketing hacen hincapié en estos aspectos para que las empresas crezcan. Estas dos disciplinas han estado relacionadas desde el principio, pero actualmente se está haciendo más visible su vínculo a través de procesos formativos en los que muestran lo productivo de explotar su relación para comprender diferentes fenómenos.



La psicología se dedica al estudio y la intervención del comportamiento, la cognición y las emociones y el diseño gráfico se centra en la proyección de las comunicaciones visuales; dicho de otra forma, es un arte y proceso en el que se comunica un mensaje a través de texto, fotografías, figuras, etc. Buscando que precisamente estos elementos destaquen más al mensaje.

Ambos trabajan con el ser humano. De hecho, intervienen en sus pensamientos, sentimientos y conductas, solo que la aproximación es diversa. Al psicólogo, la persona acude generalmente para autoconocerse, para potenciar habilidades, para encontrar solución a algún problema, etc. y al diseñador gráfico cuando desea transmitir un mensaje a un público específico (target) de forma efectiva, bien sea por su marca o la de su empresa. Además, ambos trabajan con la comunicación. En el caso del psicólogo, a la hora de establecer un vínculo terapéutico con su paciente. En el caso del diseñador gráfico, para transmitir el mensaje de forma más efectiva a su potencial o sus potenciales receptores valiéndose de elementos gráficos.

Ambos profesionales conectan con la gente. Para ello, deben tener habilidades como la empatía, así será más fácil comprender a la persona o empresa con la que trabajan. Tanto los psicólogos como los diseñadores gráficos deben tener en cuenta la singularidad de cada persona. Es decir, cómo cada uno de nosotros es auténtico, para eso hacen énfasis las características que poseemos.

Marketing. Ambos pueden trabajar con técnicas y estudios que tienen como meta mejorar la comercialización de un producto o servicio. En la psicología, el área que lo hace es la psicología del consumidor, y en el diseño gráfico lo realizan a través de la creación multimedia, la ilustración, las interfaces gráficas, la infografía, la identidad de marca, la producción de arte, el desarrollo de la imagen visual, la creación de logos, textos, etc.



Cognición. A través de modelos mentales. Es decir, el proceso de mapear lo que una persona comprende sobre el mundo. Es decir, se trata de intentar descubrir el proceso intuitivo de la audiencia. Ambos profesionales lo utilizan para saber cómo intervenir. Y, luego lo aplican según su área, el diseñador para replicar esos modelos en el diseño y el psicólogo para identificar patrones y traducirlos a su paciente, o para comprender audiencias y dar su punto de vista en la empresa, bien sea para recursos humanos o marketing.

Gestalt. Esta área explora cómo se perciben los elementos entre sí visualmente. Sus principios se centran específicamente en cómo se agrupan los elementos del diseño. En psicología, la Gestalt representa toda una corriente que pone uno de sus focos de atención en la configuración por la cual los elementos llegan a partir de sensaciones, percepciones o la propia memoria, utilizando como metáforas o analogías la disposición de las figuras.

Mecanismos inconscientes. Ambas profesiones pueden estudiar los sentimientos, emociones y conductas que nos provocan diferentes aspectos como: las formas, los colores y los textos.

Homogeneidad. Al aumentar la coherencia entre las diferentes características del estímulo también suele mejorar la sensación que produce.

Identificación. Cuando nos sentimos atraídos o reconocidos por algo o alguien, puede que nos resulte agradable.



Aplicación del diseño gráfico y la psicología:

Coca-cola: Utiliza estrategias para intentar llegar al corazón de sus consumidores. Se trata de una marca que intenta buscar a la identificación de los usuarios. Sus estrategias se basan en transmitir aspectos inherentes al ser humano, como la felicidad.

Unika: Se trata de una agencia creativa apasionada por diseñar estrategias y crear comunidades para aumentar su compromiso de marca. Se sumergen en el imaginario social y hacen hincapié en la autenticidad de cada cliente para crear conceptos puntuales y propuestas de valor que generan un gran impacto empresarial.

Arteterapia: Se centra en los mecanismos inconscientes de la persona y cómo estos influyen su mundo afectivo, cognitivo y su manera de actuar. Cada forma, cada textura, cada sonido evocan y transmiten algo.

Investigación: Se estudia a nivel científico y publicitario el uso de las sensaciones y las percepciones como factor que influye en una sociedad cada vez más eficiente y activa. Por ejemplo, en el libro *La influencia del Aspecto en la eficiencia del mensaje gráfico publicitario*, se muestra como el enfoque psicológico y comunicativo ofrece amplias formas de avanzar en el conocimiento científico y gráfico publicitario.

Diseño gráfico y psicología se pueden llegar a complementar y trabajar de la mano, aunque en cada área el objeto sea distinto. Quizá en donde más convergen en el ámbito publicitario, de hecho, pueden trabajar ambos profesionales para una misma empresa.



Para que sea aún más clara la relación, puedes mirar a tu alrededor y ver qué evoca en ti cada objeto, cada color, cada textura cada forma, cada letra. Los diseñadores gráficos son ante todo provocadores de sensaciones mediante estrategias que generen interés del público por su originalidad y su aguda percepción sobre las emociones psicológicas y sociales de los individuos.

El color transmite distintas emociones según la mezcla de ellos y el contexto en el que interactuen. Es una herramienta de trabajo muy útil cuando te encuentras bloqueado en un proyecto a la hora de elegir la combinación de color que mejor encaje. La disposición de los elementos gráficos debe ser coherente y seguir un orden para no confundir al usuario y guiarle para que lea la información en el orden que queramos. Además, la semiótica juega un papel muy importante en este proceso. Haciendo un uso correcto de ella conseguiremos llegar de forma más directa y eficaz.



Un mundo feliz.

Es muy importante citar en esta tesis a Aldous Huxley, el autor de un mundo feliz que trata de como ciertos tipos de características que definen ciertas armas silenciosas, los datos dados aquí no afirman nada y está puesto a criterio de los demás, solamente serán útiles para después para explicar ciertos comportamientos sociales. Esta novela describe un mundo futurista, utópico, altamente regulado y tecnológico. Arranca con la visita por parte de un grupo de estudiantes al Centro de Incubación y Condicionamiento de Londres. Allí, el director de la fábrica explica a los jóvenes cómo se divide a la población, ya desde su incubación. Así, según su condición genética, previamente alterada, la sociedad se divide desde los Alpha hasta los Epsilon, de mayor a menor inteligencia.

Un mundo feliz describe un mundo utópico, irónico y ambiguo donde la humanidad es permanentemente feliz, donde no existen guerras ni pobreza y las personas son desinhibidas, tienen buen humor, son saludables y tecnológicamente avanzadas. La ironía de esta perfección creada por el “Estado mundial”, la entidad que gobierna en este mundo feliz, es la aplicación de medidas que eliminan a la familia, la diversidad cultural, el arte, la ciencia, la literatura, la religión y la filosofía. La pregunta que Aldous Huxley quiere que respondamos con esta dicotomía utópica es muy simple:

¿Qué nos hace humanos?

El “Estado mundial” del mundo feliz tiene como lema: “comunidad, identidad, estabilidad”. Para astringir este ideal el ‘Estado mundial’ se esfuerza para estandarizar el producto humano y generar amor a la servidumbre.



Los cuatro mecanismos del “Estado Mundial”

El Estado Mundial utiliza unos modelos o patrones con el fin de uniformizar al “producto humano” y, de esta forma, mantener la utopía. Estos mecanismos son cuatro:

1. Condicionamiento de los infantes

Donde se usan técnicas avanzadas de sugestión desde el nacimiento del individuo como la técnica de hipnopedía o educación mediante el sueño. Mediante la cual inculcan a la población ideas y aprendizajes durante las diferentes fases del sueño.

2. Sistema científico de castas

Se desarrolla una ciencia de las diferencias humanas, altamente avanzada, que permite a los dirigentes del gobierno destinar a cada individuo el lugar adecuado en una jerarquía social y económica.

3. Soma

Soma es una sustancia que utilizan en el “Estado Mundial” con el fin de palear sentimientos melancólicos, la cual no presenta efectos secundarios.

En cierto modo, el sistema propuesto en el libro no admite la frustración ni emociones negativas. El soma es propuesto como una “solución” inmediata, un medicamento que evita que el individuo se enfrente a los problemas de manera “natural”.



4. Sistema de eugenesia

Este método se centra en la creación de humanos a partir de tubos de ensayo para evitar errores, eliminando genes indeseados con el fin de “perfeccionar” la especie humana, es decir, busca la uniformización del producto humano. El objetivo de este sistema es el de conseguir individuos satisfechos continuamente, para ello son diseñados genéticamente.

Crítica al consumismo

¿Qué relación existe entre el consumo y la felicidad? Detrás de esta cuestión se esconde la crítica que Huxley hacía en 1932 a la sociedad del consumo, la cual con el paso del tiempo cobra más sentido aún. Al fin y al cabo, el consumo se ha convertido el motor de nuestro siglo con la creencia extendida de que el consumo excesivo y la obtención continua de bienes materiales nos harán más felices.

Todo esto excluye el amor, los sentimientos o las experiencias inmateriales que nos hacen sentirnos vivos para dar como resultado individuos adquirentes de bienes, ignorantes y más pendientes de “sostener” el sistema que de su propia satisfacción individual.

Eliminación del individualismo

En el libro se han destruido por completo las relaciones y los lazos que caracterizan al ser humano. Asimismo, se ha dinamitado el individualismo. Es decir, los individuos de la sociedad de castas propuesta no pueden obrar por su propia voluntad. En esta sociedad, el pensamiento está determinado por el sistema, el individuo ha perdido su capacidad y libertad de razonar.



Deshumanización

En Un mundo feliz las máquinas priman por encima del ser humano, especialmente, determinan su desarrollo. Son precisamente las máquinas las que han hecho que el individuo pierda las características que lo hacen humano.

Un mundo feliz o la imposición de la felicidad

Es una sociedad mecanizada, deshumanizada en la que los individuos creen ser libres pero que, sin embargo, están controlados y determinados desde su "creación". Es un sistema que quiere "garantizar" la felicidad, con seres prescindibles. Un régimen en el que no caben las emociones, las cuales son paleadas con sustancias artificiales. Una dictadura "vestida" de democracia. ¿Acaso este sistema no es como la "dictadura perfecta" que describió su autor?

Dictadura perfecta.

Aldous Huxley, Cito: «Una dictadura perfecta tendría la apariencia de una democracia, pero sería básicamente una prisión sin muros en la que los presos ni siquiera soñarían con escapar. Sería esencialmente un sistema de esclavitud, en el que, gracias al consumo y al entretenimiento, los esclavos amarían su servidumbre.»

no importa para nada el individuo: lo importante es la estabilidad social. No hay guerras, sólo paz, porque la sociedad se comporta exactamente como sus dirigentes quieren que se comporte. Comunidad, Identidad, Estabilidad, es la divisa planetaria. Millones de mellizos idénticos formados para que sean felices ellos mismos y hagan felices a los demás. El principio de la producción en masa aplicado a la biología. De hecho, estamos en el 632 después de Ford, el gran estandarizado, el hombre que abrió las enormes fauces del consumismo y la uniformidad. Y la producción en masa sólo es posible bajo un proyecto férreo: el



secreto de la felicidad y la virtud es amar lo que uno tiene que hacer. Todo condicionamiento tiende a esto: a lograr que la gente ame su inevitable destino social. En el Londres feliz que se levanta en esta novela, hay un método implacable: la hipnopedia, o el principio de la enseñanza durante el sueño. Miles de veces durante su vida la gente escuchará mientras duerme las premisas de lo que será su existencia: se le enseñará a odiar la Naturaleza, se le ordenará amar la sociedad por encima de todas las cosas, se le demandará que consuma todo lo posible. El condicionamiento como principio de necesidad: si se quiere mantener una sociedad feliz, hay que pagar el precio de la libertad.

Esos hombres y mujeres excluidos de la felicidad perfecta son el mejor ejemplo de que el mundo que ahora habitamos está muy lejos de ser perfecto, no sólo por las enfermedades y los vaivenes de los sentimientos, sino por el dolor que causa el pensamiento: la filosofía no nos hace más felices, parece decir el autor. No hay que preguntarse por la realidad, porque la realidad que tenemos delante es la que hay, no se puede apenas modificar, nuestra libertad nos sirve para muy poco.

