

# La manipulación mediante mensajes e imágenes

Ibiza Melián  
5 noviembre, 2010



Categoría: Marketing Político

**Diariamente, sin darnos cuenta, nos servimos de la persuasión para convencer a otros de nuestros postulados.** Pero las técnicas hoy en día deben depurarse al máximo ante una sociedad enormemente informada y bombardeada por los ecos que emanan de numerosos sectores. Esto queda patente en los

nuevos jóvenes denominados “*Generación Einsten*”, los consumidores del futuro, nacidos después de 1.988, son más rápidos, más listos y más sociables. Conocen las reglas del [marketing](#), leen la prensa como periodistas, miran películas como directores de cine y analizan anuncios como verdaderos publicistas. Cuyos padres pertenecen a la “*Generación X*” y sus abuelos al “*Babyboom*”. Ante este panorama la comunicación es crucial, puesto que si te diriges a ellos de forma equivocada, te rechazan y los pierdes para siempre.

**El emisor se ve abocado a [diseñar un mensaje](#) que no sólo sea atractivo, sino que además se perciba de manera destacada en este saturado entorno.** Empleando un léxico y sintaxis conveniente, eligiendo el momento y lugar adecuados para llevarlo a cabo. Debe verse, entenderse, aprenderse y recordarse. Siendo **la única forma de [captar la atención del receptor](#), ya que si no lo olvidará rápidamente.**

Vivimos en un mundo frenético donde la nueva pandemia es el estrés, lo que provoca que sus habitantes tengan mermadas su capacidad de [analizar](#), comparar y decidir, quedándose exclusiva y presuntamente con lo que más les impactó. Convirtiéndose en individuos, aún con una gran formación, igualmente manipulables como los que carecen de ella. La única diferencia para llegar a cada tipo de persona sería qué técnicas usar para convencerlas, estructurando diferentemente el contenido, pero persiguiendo el mismo objetivo.

A pesar de los años, la historia no ha cambiado tanto, los ciudadanos de a pie totalmente atareados en sus quehaceres diarios y aquejados por múltiples problemas, son totalmente susceptibles de ser controlados mediante mensajes claramente intencionados.

Los partidos políticos, las religiones, las empresas,...nos intentan adherir a su causa, usando todas las vías existentes, a través de las reglas de la simplificación; exageración y desfiguración; orquestación; transfusión; unanimidad y contagio; apelando intensamente a los sentimientos para penetrar en nuestro subconsciente.

Uno de los canales más empleados es la televisión, ya que: “*una imagen vale más que mil palabras*”. Las cadenas dependiendo del partido político o corriente ideológica con la que simpatizan darán una visión distinta de la realidad, reiterando lo que quieren destacar en la programación. Tal vez no mintiendo,

pero seleccionando las noticias, acentuando aquellas de interés con la línea editorial y relegando las contrarias a ella, enfocándolas según la necesidad. Indicando subliminalmente no sólo a quién votar, sino también qué comprar, o cómo vivir.

El paradigma de la manipulación fue la proliferación de las telenovelas en Sudamérica, con una argumentación tipo. Pretendiendo con ello los gobiernos que los administrados asimilasen una disposición conformista. Proscribiendo el mérito o el esfuerzo y fomentando la mediocridad. Así como la sumisión a [un Estado cada vez más intervencionista](#).

**Los “Mass Media” y especialmente la “caja tonta” marcan el camino a seguir, excluyendo a todo aquel que queda fuera de los estereotipos promulgados.** Es el “Matrix” real del siglo XXI, aludiendo a la taquillera película norteamericana, donde la masa vivía una existencia idílica recreada por sus regidores mediante un sistema informático, castigando severamente a quien se resistiese a él. En la sociedad actual, para perseguir tal fin, se hace uso de mecanismos niveladores esgrimidos contra los que, por una razón u otra, destaquen, desde el cotilleo, injurias, rumores,..., al objeto de que nadie se salga de los cánones establecidos. Lo cual debiéramos tener siempre muy presente antes de dar por válida cualquier información.