

El Poder Coercitivo de la Manipulación en los Discursos Propagandísticos

El ser humano por su naturaleza es manipulador por un lado y proclive a ser manipulado por el otro. La manipulación es parte de la comunicación cotidiana. Sin embargo, tal parece que en los discursos de interacción social, sobre todo ideológicos (políticos, religiosos y publicitarios), este concepto se ha convertido en fundamental. Al analizar las opiniones sobre los discursos políticos se puede notar las acusaciones mutuas entre los representantes de izquierda y de derecha de manipular la opinión pública y la conciencia del electorado. Surgen dos preguntas: (1) ¿es la manipulación propia de alguna ideología? Y, quizá más importante: (2) ¿tiene cabida la manipulación en los discursos dentro de un eventual estado de derecho? Nuestra hipótesis se centra en la idea de que la manipulación juega un papel coercitivo en la comunicación y, más concretamente, a través de los discursos propagandísticos.

La propaganda como fenómeno comunicativo no tiene atribuciones de una ideología concreta ni medios de comunicación específicos. Como nota Antonio Pineda:

Antón A. Toursinov, Doctor en Filología (Universidad Estatal Lingüística de Irkutsk, Rusia), ha realizado estudios de lingüística y semiótica en la Universidad Rusa de la Amistad de los Pueblos (Moscú) y en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México). Actualmente enseña Lógica, Lingüística y Análisis del Discurso en la Universidad Francisco Marroquín (Guatemala).

... la propaganda es un producto comunicativo derivado de un tipo determinado de motivaciones humanas (y, más concretamente, motivaciones sociales) que generan un tipo determinado de relaciones entre los seres humanos cuando estos se comunican. Donde radica lo universal o transhistórico es en las propiedades de la *intención* específica que rige la producción de propaganda por parte del emisor. La recurrencia transhistórica del fenómeno propagandístico, y el elemento que dota de unicidad a su concepto (permitiendo por lo tanto su comprensión y diferenciación racional), derivan de la recurrencia también transhistórica de una intención o motivación específica por parte del emisor de la comunicación. Las circunstancias empíricas que rodean la producción o generación de propaganda pueden variar en el tiempo y el espacio; sin embargo, el tipo de intención que guía a los emisores de propaganda es esencialmente el mismo en épocas y contextos muy distintos.¹

Agrega Pineda que “el porqué de la generación de propaganda es la búsqueda del poder. Los emisores de propaganda son instancias de poder que persiguen una posición de dominio sobre esferas relevantes de la estructura social.”²

La acción propagandística consiste en

¹Antonio Pineda Cachero, “Un modelo del análisis semiótico del mensaje propagandístico,” *Comunicación*, 1 (6) (2008), p. 33.

²Ibid.

la transmisión de una ideología (cualquiera) en una situación comunicativa concreta (debates políticos y religiosos, campañas proselitistas, artículos de opinión, etc.) por medio del discurso que, en función de su contexto e intencionalidad, llamamos *discurso político* o ideológico. En la tipología discursiva cada tipo de discurso se caracteriza por sus propias funciones estratégicas. En caso del discurso político, Paul Chilton y Christina Schäffner proponen las siguientes cuatro funciones estratégicas: coerción; resistencia, oposición y protesta; encubrimientos; y legitimación y deslegitimación:

A menudo, los actores políticos también actúan coercitivamente mediante el discurso al disponer la prioridad de los asuntos, seleccionar temas de conversación, colocarse a sí mismos y colocar a los demás en relaciones específicas, suponer realidades que los oyentes se ven obligados a aceptar aunque sea en forma provisional para poder procesar el texto o habla. También es posible ejercer el poder mediante el control del uso que los otros hacen del lenguaje, es decir, a través de diversos tipos y grados de censura y control de acceso.³

Tomando en cuenta que se refiere a la manipulación desde la perspectiva semiológica, como una estructura estrictamente discursiva, es indudable su papel coercitivo dado que “designa la operación ejercida por un hombre sobre otro hombre.”⁴ Vista desde este ángulo, la manipulación se ubica en la dimensión cognoscitiva, lo que permite definirla como una

³Paul Chilton y Christina Schäffner, “Discurso y política,” en Teun A. van Dijk (comp.), *El discurso como interacción social* (Barcelona: Gedisa, 1997), p. 305.

⁴S. Albano, A. Levit y L. Rosenberg, *Diccionario de semiótica* (Buenos Aires: Quadrata, 2005), p. 152.

comunicación “donde el destinador-manipulador conduce al destinatario-manipulado hacia una carencia de libertad (obediencia) hasta verse obligado a aceptar el contrato.”⁵

La presentación más extensa del concepto de manipulación, ampliamente aceptada tanto en la semiología como en las ciencias de la comunicación y en la que se puede notar que la coerción llega a ser la fuerza de la manipulación, pertenece al lingüista holandés Teun van Dijk:

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 crean 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.⁶

La propaganda como categoría semiológica, que consiste en la difusión de ideas por medio de la comunicación, está estrechamente vinculada con la manipulación (si no está basada en ella). En este sentido se puede asegurar que la propaganda y la manipulación son dos caras de la misma moneda. La primera representa el lado del significado del mensaje, su contenido, mientras que la segunda resulta ser su expresión. En los términos lógi-

⁵Ibid., p. 153.

⁶Teun A. van Dijk, “Discurso y manipulación,” *Revista Signos*, 39 (60) (2006), p. 51.

co-semióticos, en la semántica discursiva y en el análisis del discurso la propaganda corresponde al nivel semántico y, de este modo, es un componente semántico, en oposición al nivel sintáctico, manifestación formal y estructural cuyo componente es la manipulación.

En este sentido la propaganda nos interesa únicamente en su relación formal con la manipulación. Solo el análisis de la estructura del discurso permite establecer esta relación y su poder coercitivo. El problema de la manipulación ha ocupado un lugar muy significativo en las investigaciones de los científicos, sobre todo de lingüistas y semióticos (aunque sin menospreciar a los sociólogos y politólogos). Los propios discursos políticos se suelen basar en las acusaciones de manipular a la gente, recurriendo curiosamente al mismo método.

La estructura formal de la manipulación puede ser dividida en dos niveles: nivel lingüístico y nivel lógico, aunque en la mayoría de las situaciones estos niveles son imposibles de segmentar. El fundamento de la estructura consiste en la victimización. Para que estas estructuras surtan efecto deseado, en primer lugar es necesario hacer que el destinatario (público, contrapoder, etc.) se identifique con el destinador (político). Para ello resulta muy conveniente el uso constante y reiterativo del pronombre *nosotros* y las formas verbales correspondientes lo que produce un impacto en el destinatario casi a nivel inconsciente:

“Consecuente con nuestra propuesta, el Ejército pone a disposición del país todas sus capacidades y recursos ...”⁷

⁷“Discurso de Augusto Pinochet en la Clausura del Seminario de la Academia de Guerra (18 de julio de 1994),” en *Los principales discursos del Comandante en Jefe del Ejérci-*

“Estas cláusulas que nos van a permitir también certeza jurídica al empresariado, generar empleo e inversión, inversiones para nuestra nación, para que puedan existir fuentes de trabajo.”⁸

“Nuestros conceptos sobre la condición humana de otros pueblos y el deber de la hermandad y la solidaridad jamás fueron ni serán traicionados.”⁹

Otro elemento imprescindible en el discurso manipulativo que permite la victimización es la identificación de *ellos* (los otros) que representan un peligro real o potencial para *nosotros*. Para tal efecto se seleccionan metáforas políticas referentes a la guerra, desastres naturales, situaciones políticas vigentes en la memoria del destinatario, colores recurrentes, apodos y sobrenombres, símbolos nacionales e históricos, alusiones. En algunos discursos, sobre todo proselitistas, el enemigo virtual se menciona por su nombre. Este enemigo puede ser un político de la oposición, una persona o una institución ideológicamente contraria al destinador, un país “enemigo.” Los ejemplos más representativos son los discursos de Hitler, quien nombra a los franceses, gitanos y comunistas como los ene-

to, Capitán General Augusto Pinochet Ugarte, 1990-1994 (Santiago de Chile, 1995), Tomo 1, p. 93.

⁸Discurso de Manuel Baldizón en el debate político organizado por la Asociación de Gerentes de Guatemala (transmitido por Guatevisión, 22 de agosto de 2011).

⁹Discurso pronunciado por Fidel Castro Ruz en el acto de constitución del Contingente Internacional de Médicos Especializados en Situaciones de Desastre y Graves Epidemias, y Graduación Nacional de Estudiantes de Medicina, el 19 de septiembre de 2005 (<http://www.cuba.cu/gobierno/discursos/2005/esp/f190905e.html>, consultado el 10 de enero de 2012.)

migos de *nosotros* (los alemanes); Pútín (*nosotros*, los rusos que confían en el gobierno y votan por él, y *ellos*, la oposición, pagada por los EE.UU. y los propios EE.UU.); Fidel Castro (*nosotros* los cubanos y revolucionarios, amenazados por *ellos*, los yanquis, imperialistas); Hugo Chávez (*nosotros* los venezolanos y revolucionarios, amenazados por *ellos*, los empresarios, la oposición, los yanquis, imperialistas); Álvaro Colom (*nosotros* los buenos guatemaltecos y el gobierno, y *ellos*, los empresarios, la oposición); Otto Pérez (*nosotros* los guatemaltecos, y *ellos*, el gobierno anterior), etc.

“El volver de la Patria es nunca más poderes externos imponiéndonos su agenda fiscal, su política exterior, su política comunicacional, sus prioridades de gasto o inversión. Ya no somos ese viejo país anquilosado, en donde la pobreza, era normal; el discrimen y hasta el racismo eran normales ... La muerte por desnutrición de nuestros niños era considerada normal. La falta de salud, de educación, de vivienda, era normal ... El robo, la corrupción, eran normales ... Las condiciones de explotación de los trabajadores eran algo normal. Ya no está el Fondo Monetario, el Banco Mundial, los poderes fácticos, los corruptos de siempre, dictando la historia del Ecuador. Ahora, con la Revolución Ciudadana, el destino está trazado por la voluntad de ustedes, de nuestras ciudadanas, de nuestros ciudadanos.”¹⁰

El concepto de auto-presentación positiva y de denigración, presentación negativa de los otros (oposición, enemigos reales o, lo que sucede más seguido, imaginarios) funciona en el discurso político en conjunto con la exageración y énfasis

¹⁰Discurso de Rafael Correa en Cuenca, 14 de enero de 2012 (<http://www.presidencia.gob.ec/download/2012-01-14-5aniosRC.pdf>, consultado el 20 de enero de 2012).

en las acciones positivas del destinador y restar importancia de lo positivo del accionar de los otros y, al mismo tiempo, ocultar las acciones negativas propias (o rechazarlas), mientras que los errores y lo negativo de la oposición alcanzan dimensiones exageradas. En esta estructura, además de las metáforas, se recurre a los sofismas populistas como, por ejemplo, la falacia *ad misericordiam*, provocando lástima y compasión del público destinatario. Otro recurso importante y ampliamente utilizado como sofisma populista para sostener la auto-presentación positiva en la manipulación es la falacia de falsa autoridad, usando las frases “como todos saben”, “sin duda”, etc.

“Lo que estamos haciendo, con Mifapro, es evitar que sus hijos sigan siendo pobres porque lo que queremos es sacar la pobreza y pobreza extrema de Agua Blanca y de sus comunidades. Gracia a Dios el Presidente y yo no tenemos cola que nos machuquen, que nos busquen que no van a encontrar nada. Porque nos han tratado de descalificar, nos han insultado y hasta faltado al respeto, tomen nota los que andan haciendo eso y ustedes verán quiénes son.”¹¹

Se puede ver que el destinatario como persona se convierte en un objeto de la manipulación debido a las aspiraciones de los destinadores políticos de dominar la conciencia y la opinión de la gente. El emisor crea una realidad discursiva y dentro de ella atribuye a los signos que, en este contexto específico, cambian de significado para el receptor. Esta imposi-

¹¹Discurso de Sandra Torres en Agua Blanca, Jutiapa, Guatemala (texto cedido por el diario *Siglo XXI*). El análisis de los discursos proelitistas de Sandra Torres, realizado por el autor, se puede localizar en <http://www.s21.com.gt/nacionales/2010/07/19/discurso-populista-reiterativo> (consultado, 20 de diciembre de 2011).

ción de la interpretación de la realidad se efectúa de tal manera que el objeto, sin darse cuenta, cree y está seguro de actuar por su propia voluntad. A través de las técnicas adecuadas de la supresión de la voluntad, se imponen las ideas convenientes que, posteriormente, llevan al objeto manipulado al cambio de su comportamiento de acuerdo con los fines del manipulador. Pero a diferencia de la violencia física, en la que el destinatario es un enemigo y se le impone la voluntad del destinador por la fuerza, la manipulación es una especie de colaboración y hasta seducción.

Además de los discursos propiamente políticos, cuyo claro objetivo es manipular al electorado, otra medio manipulativo en su esencia es el periodismo, en concreto, el género de opinión. La influencia en la mentalidad del público en este tipo de comunicación se basa también en la coerción al ejercer la presión sobre los lectores. La era de la tecnología que debería de disminuir este proceso, aparentemente lo ha explotado para convertirse en el método favorito de los manipuladores. El reflejo de esto son los comentarios que dejan los lectores en los medios de comunicación electrónicos, tomando en cuenta que cada blog o periódico en línea es leído en su mayoría por los seguidores tanto de los autores como de las ideas de estos. De esta manera la mayoría de los *consumidores* de cada artículo concreto voluntariamente se someten a la “autoridad intelectual” del autor, dejándose así manipular sus propios criterios. El proceso y la estructura de la manipulación en los medios de comunicación siguen siendo los mismos que en cualquier discurso propagandístico y su fuerza radica en la coerción.

Los casos curiosos de la manipulación son los estudios dedicados a la propia

manipulación. En 1988 el famoso lingüista estadounidense Noam Chomsky publicó, en coautoría con el economista Edward Herman, el libro *Los guardianes de la libertad*, en el que presenta la estructura del modelo propagandístico de los medios de comunicación “neoliberales” (término de Chomsky).¹² En su esencia este libro confirma que en realidad la propaganda no es propia de alguna ideología, ya que tanto la izquierda como la derecha política utilizan el mismo modelo. Sin embargo, el libro permitió a muchos políticos y autores de izquierda acusar al capitalismo (y cualquier sistema no-socialista) de ser manipuladores.

Prueba de esto es el artículo “Estrategias de manipulación” con el subtítulo “Las estrategias y las tácticas de los Amos del Mundo para la manipulación de la opinión pública y de la sociedad,” escrito por el socialista francés Sylvain Timsit y publicado en 2002 en su blog, en francés y en español simultáneamente.¹³ En poco tiempo la mayoría de los periódicos del mundo (tanto tradicionales, en papel, como *online*), sobre todo de izquierda, copiaron este artículo pero, de manera extraña, todos lo atribuyeron a Noam Chomsky. Dejando de lado este error, el artículo, a través de los ejemplos que propone para cada estrategia, hace creer al público en general a quien está dirigido que solo los capitalistas utilizan la manipulación para convertir a los pobres en más pobres:

La calidad de la educación dada a las clases sociales inferiores debe ser la más

¹²Noam Chomsky y Edward S. Herman, *Los guardianes de la libertad* (Barcelona: Biblioteca de Bolsillo, 1990).

¹³<http://www.syti.net/ES/Manipulations.html> (consultado el 22 de enero de 2012).

pobre o mediocre posible, de forma que la brecha de la ignorancia que aísla las clases inferiores de las clases sociales superiores sea y permanezca incomprensible para las clases sociales inferiores.

Hay que aclarar que este y otros ejemplos de las “estrategias de manipulación neoliberal” pertenecen a un misterioso documento militar estadounidense.¹⁴ Estas estrategias de manipulación, presentadas de manera simplista en el artículo, son bien conocidas. El “mérito” del autor fue relacionarlas con el capitalismo para así hacerle creer a sus lectores que la manipulación es una categoría exclusiva de los medios de comunicación privados (“amos del mundo”). Sin embargo, son la base de cualquier discurso propagandístico y vale la pena recordarlas: distracción de atención; crear problemas y ofrecer soluciones; degradación de las soluciones; idiotizar al público; basarse en el aspecto emocional en vez del racional; conocer al público mejor de lo que ellos mismos se conocen.

Es indudable el papel histórico primordial de la manipulación y coerción discursiva en general en los estados con regímenes totalitarios y autoritarios. Ni en la Alemania nazi ni en la Unión Soviética (donde fueron creados, incluso, ministerios de propaganda) existía el discurso político en su concepción tradicional, como tampoco ha existido una prensa libre e independiente del estado. Su lugar fue ocupado por la propaganda política cuya importancia en una sociedad basada en el temor hacia el propio estado es fundamental. A diferencia de una propaganda constructiva que pretende transmitir las ideas políticas de un grupo político,

¹⁴Milton William Cooper, *Behold a Pale Horse* (Flagstaff: Light Technology Pub., 1991).

religioso o económico particular (aunque a menudo utilizando la manipulación) con el fin de llegar al poder o ganar adeptos, la propaganda totalitaria y autoritaria juega un papel destructivo, se basa en la imposición estatal, sin dar lugar a las ideas contrarias (y sin posibilidad de oposición), creando una figura del enemigo común para el estado y de esta manera uniendo a la población en torno a esta idea.

Se puede comparar el uso de la manipulación en la propaganda constructiva y en la negativa a través de los artículos de opinión en la prensa. En el caso de Guatemala, por ejemplo, entre todos los temas de opinión se segmentan dos que, a nuestro juicio, a raíz del conflicto armado del siglo XX son los más presentes en la prensa de la primera década de los años dos mil: a favor de los exguerrilleros y a favor de los militares. Los dos grupos de opinión estructuran sus mensajes utilizando las estrategias de manipulación; no obstante, esta práctica periodística sí puede considerarse como propaganda constructiva por permitir al lector interesado comparar las dos versiones y, en caso de tener el lector la capacidad de razonamiento suficiente, sacar las conclusiones y hasta adherirse intelectualmente a uno de los dos grupos.

No así es el caso de la prensa cubana, controlada por completo por el estado a través de los órganos oficiales de propaganda, cuyo objetivo es no admitir de ninguna manera las ideas contrarias al régimen vigente en el país. El público-objeto de la manipulación a través de esta propaganda no tiene ninguna posibilidad de escoger las opiniones para compararlas (sería correcto decir que no tiene derecho de elegir al manipulador) y de esta manera se ha formado un estado totalitario con el pleno dominio no solo de la mente de

la población sino también de su voluntad. Caso semejante es el venezolano, donde aún existen propagandas contrarias a la oficial pero el estado, por dominar los medios de comunicación, dispone de fuerzas propagandísticas suficientes para limitar el acceso de la población a la propaganda constructiva. Estos casos son representativos de un sistema cuyo único objetivo es el pleno control de la sociedad por medio del control de la conciencia de la gente, donde se impone una aparente verdad absoluta que legitima el poder total del estado o de un partido que ocupa el lugar del estado.

Tenía razón el periodista alemán de la época nazi, Victor Klemperer, cuando describió el poder de la manipulación hitleriana: “La idea de la aplicación del poder absoluto a través de la lengua es la más importante en nuestro país que tiene la experiencia del totalitarismo con sus dos armas de dominio y sometimiento: el lenguaje de la propaganda (totalitaria y penetrante) y el terror.”¹⁵

En la política el concepto de manipulación a menudo es equivalente del maquiavelismo. Las asociaciones entre los dos términos no son en vano: la única forma de ejercer el poder absoluto es a través de la represión de la voluntad de las masas, el sometimiento de la opinión pública y la deslegitimación de la oposición. Estos procesos obtienen su efecto solamente por medio de la manipulación, dado que la relación entre el poder y su contraparte se establece a través del discurso. Tal vez todo esto sea la razón del porqué el populismo como “halago deliberado de las masas y compraventa de sus votos con la moneda de promesas cues-

tionables”¹⁶ es sinónimo de las izquierdas políticas (tanto de corte socialista como los así llamados “social-demócratas”) que, después de lograr su objetivo de llegar al poder, intentan permanecer en él indefinidamente, convirtiéndose en gobernantes autoritarios, siempre utilizando como medio la manipulación.

A manera de conclusión se puede afirmar que las bases fundamentales de la manipulación son la coerción y la sujeción, típicas de un discurso propagandístico. En la propaganda la manipulación es, quizá, la principal estructura lógico-semiótica que permite al destinador (aún en las democracias tradicionales) lograr su objetivo debido a que el discurso en muchos casos es la única manera de llegar al poder. Sin embargo, es necesario diferenciar la propaganda constructiva de la negativa, ambas construidas sobre la manipulación, en las que las tácticas y las estrategias son distintas y, por consiguiente, tienen fines distintos.

¹⁵Victor Klemperer, *LTI: La lengua del Tercer Reich, apuntes de un filólogo* (Barcelona: Editorial Minúscula, 2002), p. 372.

¹⁶Armando de la Torre, “‘Populismo’ y ‘Democracia’,” *Laissez-Faire*, No. 32 (Marzo 2010), p. 1.