

Persuasión, manipulación e influencia¹

Palabras clave: Influencia, manipulación, persuasión, método, emisor y receptor.

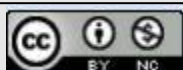
La persuasión, la manipulación y la influencia difieren únicamente en el método, mas no en la finalidad. En cuanto a medio, se deben tener en cuenta los parámetros de intencionalidad y de la posición del receptor, ya que son aquellos quienes logran demostrar diferencia alguna entre estas tres formas de modificación del comportamiento ajeno. Por otro lado, la intención final se resume en provocar un cambio de conducta o pensamiento en uno o varios sujetos. La consideración individual de las diferencias y la aplicación crítica de estas permite identificar en qué situaciones debería ocurrir cada método y en qué contextos se es “víctima causal inconsciente” de alguno de ellos.

Para comenzar, es necesario explicar cada uno de los tres conceptos, con el objetivo de lograr una comprensión individual de sus características y una idea global sobre los efectos de estos. Al definir el método de persuasión, es posible remitirse a la retórica antigua, que la describe como el arte de hablar de público con la finalidad de influir eficazmente en el interlocutor. Resulta fundamental aclarar que dicho oyente posee libertad en cuanto a su reacción, con la potestad de seguir sus propios deseos y tomar sus propias decisiones (Woizinski, 2013). Esto último es esencial, ya que es la clave para entender el alcance del efecto que el uso de este método puede ocasionar en el receptor.

Por otra parte, Briñol et al. (2004), afirman que la persuasión depende de las respuestas cognitivas del individuo que recibe la información o el discurso, es decir, lo que piensa. Del mismo modo, consideran que existen dos dimensiones principales de estas respuestas: la naturaleza de los pensamientos, sean favorables o desfavorables, y la cantidad o frecuencia de estos; adicionalmente, existe una tercera dimensión del pensamiento: la autoconfianza. El conjunto de estas características refuerza la noción de que el punto clave del método de la persuasión radica en la posición del receptor como un sujeto independiente, consciente y crítico.

En cuanto a manipulación, se considera que es una práctica comunicativa en la cual el emisor (o manipulador) ejerce control sobre el receptor, generalmente en contra de su voluntad o de sus intereses. Socialmente, el concepto de manipulación

¹ Documento elaborado en el curso Competencias Idiomáticas Básicas a cargo de la Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas de la Universidad de la Sabana, Chía-Cundinamarca, Colombia.



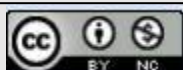
tiene asociaciones negativas, ya que este método trasgrede precisamente las normas sociales de comunicación e interacción (Van Dijk, 2006). De este modo, se agrega otra diferencia entre métodos: su aceptación social. Es posible creer que esta dimensión no influye en el desarrollo y efectos de cada método, y de hecho no lo hace directamente. Pero, es en el momento en el cual el receptor es consciente del método que se le está aplicando, cuando la connotación (ya sea positiva o negativa) puede influir en la permanencia, transformación o eliminación de la información dada por el emisor.

Ahora bien, Allport (1985) define la influencia social como el modo en el cual los pensamientos, sentimientos y conductas de un individuo son influenciados por la presencia real, imaginada o implícita de otros. En este caso, y como es visto en los dos métodos explicados anteriormente, las personas intervienen bien sea como agentes emisores (persuasivos, manipuladores o influyentes) o como receptores, es decir, el “blanco” de los efectos o consecuencias de estos; en donde aquello “enviado” generalmente es información.

Es posible relacionar los métodos de manipulación e influencia. Rosales Álamo et al. (2005) mencionan que una de las finalidades de la comunicación humana es influir en los demás. Pero, cuando un individuo busca influir e intencionalmente debilitar la autonomía, el pensamiento y el criterio del otro haciendo uso de estrategias sutiles y casi imperceptibles, ocurre la manipulación. En otras palabras, consideran que esta se da como un fenómeno de sobreinfluencia. Entonces, ¿Será posible reducir tanto la persuasión como la manipulación en términos del nivel de influencia que utilizan?

La persuasión, la manipulación y la influencia no difieren de manera precisa en el método; o al menos no las tres de modo equivalente. En otras palabras, es posible explicarlas con una noción jerárquica. Por un lado, y como lo expresa Van Dijk (2006): sin las asociaciones negativas subyacentes, la manipulación podría ser considerada como una forma de persuasión. Mientras que la persuasión en sí, es un tipo de influencia que se aplica intencionalmente (Torrijos & Moliní, 2015). En este orden de ideas y con lo expresado anteriormente, la persuasión es un tipo de influencia, así como la manipulación se podría considerar como una forma de persuasión y como un fenómeno de sobreinfluencia.

Retornando a la noción inicial y reiterando sobre lo expuesto, resulta relevante aclarar que además del método, la persuasión, la manipulación y la influencia



difieren también en la posición específica del emisor y del receptor. En la persuasión, los oyentes son libres de pensar y actuar libremente, de acuerdo con su aceptación personal con los argumentos de quien persuade; mientras que en la manipulación generalmente obtienen un rol pasivo y desinformado (Van Dijk, 2006). Es en el método restante cuando se debe resaltar el rol de emisor, puesto que mientras en los dos anteriores el método es aplicado de forma absolutamente intencional, es en la influencia cuando esto difiere. Como afirma Rosales Álamo et al. (2005), la influencia no siempre es deliberada ni explícita, ya que es posible aplicarla sin tener conocimiento de ello.

Todo lo anterior, demuestra que la persuasión, la manipulación y la influencia comparten finalidad y difieren en el método, aunque paralelamente existan otros factores de por medio. La relevancia práctica de esto radica en que, como profesionales, nos sea posible entender las características de estas habilidades sociales, bien sea para utilizarlas bajo el marco ético que nos rige o para evitar ser receptores inconscientes y perder nuestro sentido crítico en alguna situación.



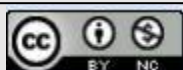
María Andrea Góngora

Psicología

Correo: mariagongai@unisabana.edu.co

Referencias

- Allport, G. W. (1985). *Handbook of social psychology: theory and method*. Addison-Wesley
- Briñol, P., Becerra, A., Gallardo, I., Horcajo, J., & Valle, C. (2004). Validación del pensamiento y persuasión. *Psicothema*, 16(4), 606-610. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72716411>
- Rosales Álamo, M., Jiménez Betancort, H., Serio Hernández, A., & Castro Sánchez, J. J. (2005). Características psicológicas asociadas a la manipulación interpersonal en adolescentes jóvenes. *International journal of developmental and educational psychology*, 1(1),481-492. <https://bit.ly/3Nhyjib>
- Torrijos, R., & Moliní, E. (2015). *Influencia y persuasión: cómo aprovechar al máximo nuestras habilidades sociales*. Harvard Deusto.



- Van Dijk, T. (2006). Discurso y manipulación: Discusión teórica y algunas aplicaciones. *Revista Signos*, 39(60),49-74. <https://bit.ly/3sE15BA>
- Woizinski, A. (2013). Un nuevo enfoque de la persuasión, desde una perspectiva psicoanalítica. *Subjetividad y Procesos Cognitivos*, 17(2), 174-188. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=339630262009>

