

La manipulació

El diccionari de la llengua catalana defineix la manipulació, en la seva segona accepció, com l'operació a través de la qual l'audiència és menada a actuar i a opinar en contra dels seus interessos. I el fet de manipular, en la seva tercera accepció, com «alterar (alguna cosa) d'una manera fraudulenta i subreptícia» i «influir arterosament (sobre una persona o una col·lectivitat) per tal que actuïn d'acord amb interessos que els són aliens». Manipular afegeix quelcom més a la mentida, perquè indueix a obrar a aquell que és manipulat en contra dels propis interessos. El món de la publicitat, de la política, de l'economia i fins i tot, de la religió (amb les sectes) i de la mateixa vida familiar hi trobem sovint força exemples.

La manipulació se sustenta en una relació asimètrica entre el manipulador i el manipulat i un guanya i l'altre perd. No és com en l'amor, fonament de tota relació i actuació humana, ni en el perdó, que és una de les expressions més plenes de l'amor, on tots dos guanyen i ningú mai no perd.

La manipulació és l'art d'aconseguir que els altres facin el que hom vol mentre pensen que és idea i iniciativa pròpia. El primer manipulador de la història fou la serp en el paradís quan convencé Eva de menjar de l'arbre del bé i del mal. Alguns, irònicament, parlen de diplomàcia com la ciència de la manipulació. Penso que quan el que de veritat es cerca és el bé de l'altre, no podem parlar de manipulació. Si no, tota educació seria manipulació, encara que hi ha certa educació que té totes els trets d'una manipulació, i l'assignatura de l'«Educació per a la ciutadania» n'és un bon exemple.

Hi ha moltes estratègies pròpies del manipulador, com ara l'amenaça, la crítica o la inhibició. La por, la culpa o la vergonya, que respectivament generen els comportaments esmentats, duen a actuar segons la voluntat del manipulador.

Avui dia, tanmateix, en un moment on les institucions tradicionals de socialització – família, sistema educatiu, religió – es troben debilitades, irrompen amb força altres mitjans d'influència i adoctrinament com ara la televisió, la premsa, l'internet i les xarxes socials, la publicitat i la demagògia política. El seu ús massificat genera actituds, promou valors i contravalors, configura ideologies polítiques i fins i tot confecciona una visió general del món. La veritat s'ha substituït per la seducció i la cultura del desig. El que fan els manipuladors és, doncs, incitar desigs i temors per aconseguir que la gent obri segons el parer dels que mouen els fils.

Si ens fixem amb la publicitat, per exemple, avui dia més que vendre productes venen valors. Els missatges publicitaris que rebem, si ens n'adonem, no ens venen cotxes, sabons, colònies sinó felicitat, qualitat de vida, seguretat, bellesa, treball, salut, acceptació social. Sovint els triomfs polítics no són altra cosa que triomfs publicitaris. Adonem-nos de la quantitat de diners que els partits inverteixen en les campanyes electorals. No es tracta de donar arguments, sinó sensacions. Molts s'omplen la boca parlant de valors, però buits de continguts, o essent realment contravalors. La venda

de “valors”, que habitualment són contravalors, té un major grau de seducció perquè és menys conscient i activa menys defenses racionals. A més, encara que la publicitat de diferents productes competeixen entre ells, els valors o contravalors que proposen solen potenciar-se.

Ja ho diuen, qui té la informació té el poder. I qui té el poder de donar la informació interpretada té encara més poder. Uns estudiosos de la publicitat comentaren en un treball el cas paradigmàtic de la manipulació que el govern Bush promogué a fi i efecte de justificar la guerra del Golf Pèrsic. Després de la invasió de Kuwait per part de les tropes d'Iraq s'oferí a la premsa la notícia que els soldats de l'Iraq havien entrat als hospitals i maternitats, havien desconnectat els tubs d'oxigen i s'havien emportat les incubadores deixant morir a terra els infants. S'afirmà que hi havien mort més de tres-cents nens. Una nena d'uns quinze anys, que no donaven a conèixer el nom per evitar represàlies, donava testimoni dels fets tot plorant per la televisió nord-americana. Dos dies després el Senat aprovà la intervenció armada. El conflicte de les incubadores se cità fins a set cops en el debat, cosa que també va fer el mateix president en roda de premsa. Fins i tot en la sessió de Nacions Unides en la qual s'aprovà la intervenció armada es feu referència a aquesta qüestió. Poc temps després es descobrí que aquest fet mai no va succeir. La nena que, plorant, en donà testimoni era la filla de l'ambaixador de Kuwait a Estats Units i Canadà. La notícia falsa ajudà a justificar davant l'opinió pública la dita intervenció. Gairebé més del vuitanta per cent dels ciutadans americans donà suport a la política del govern.

Com podem adonar-nos, les manipulacions de la ciutadania a través de les actuacions polítiques i informatives, incapaciten perquè les persones adquireixin una visió global, integradora, crítica i encertada de la realitat. És ben coneguda la consigna de Goebbels, propagandista nazi, que fa així: «per convèncer cal afirmar, repetir i donar exemples». No parla ni d'argumentacions ni de raonaments. Com afirmà Maquiavel en «El Príncep»: «cal ser un gran simulador i dissimulador: i els homes són tan simples i se sotmeten fins a tal punt a les necessitats presents que el que enganya trobarà sempre qui es deixi enganyar».

Davant aquesta manipulació, que podríem qualificar de global i de pensament únic, cal reprendre el camí recte, el camí de la «caritat en la veritat», és a dir, la proposta de la bellesa de la veritat com a exigència de la caritat que cerca de debò el bé de l'altre.

Mn. Joan Costa