

Te
están
manipulando



JD McGregor

“El mejor truco del diablo es que la gente haga cola para entrar en el infierno voluntariamente”



Te

están

manipulando

“Rechazamos creer todo aquello que afecte nuestra comodidad”

Dr. Robert Young son

INDICE

Armas Silenciosas para Guerras Tranquilas	01
Diversión, la Primera Estrategia.....	02
Instrumentos de Control.....	02
Tabla de Estrategias.....	03
El Útero Artificial.....	03
Acción – Ofensiva.....	04
El Horror Económico por Viviane Forrester.....	06
Estrategias de Manipulación	11
La Estrategia de la Distracción.....	12
Crear Problemas, Ofrecer Soluciones	13
La Estrategia de la Degradación.....	14
La Estrategia del Diferido.....	15
Dirigirse al Público como a niños de Baja Edad.....	16
Utilizar el Aspecto Emocional más que la Reflexión.....	16
Mantener al Público en la Ignorancia y la Idiotez.....	18
Promover al Público a Complacerse en la Mediocridad.....	18
Reemplazar la Revuelta por la Culpabilidad.....	18
Conocer a los individuos Mejor de lo que Ellos Mismos se Conocen.....	18
Destrucción de la Naturaleza.....	19
Una Libertad bajo Vigilancia Electrónica.....	19
TV: De la Información a la Desinformación.....	19
Propaganda.....	20
Desinformación.....	22
Auto Manipulación.....	27
Prejuicio Cognitivo.....	28

Doblepensar.....	37
Trampa 22.....	38
El Fin Programado de la Democracia.....	40
El Poder ya Cambio de Manos.....	41
El Espejismo Democrático.....	42
Estrategias y Objetivos para Controlar el Mundo.....	42
Leyes Concebidas para no ser Aplicadas.....	42
2 Mundos.....	43
La Manipulación a través del Lenguaje.....	45
Los Términos.....	46
Los Esquemas Mentales.....	47
Los Planteamientos Estratégicos.....	47
Los Procedimientos Estratégicos.....	48
Antídoto Contra la Manipulación.....	50
Estar Alerta.....	51
Pensar con Rigor.....	51
STOP al Consumismo.....	52
Vivir Creativamente.....	52
Compromiso.....	53
Anexo	55
Estado Alpha.....	55
Cuadro de Ondas-Frecuencias Cerebrales.....	56

**Este informe puede copiarse y difundirse por
cualquier medio**

Armas
Silenciosas
para
Guerras
Tranquilas

Diversión, la Primera Estrategia

La experiencia ha mostrado que el método más simple para volver eficaz una arma silenciosa es ganar el control del público es de mantener el público ignorante de los principios básicos de los sistemas por un lado, siempre llevándole a la confusión, desorganización, y distraído con temas sin importancia real por otro lado.

Esto es obtenido con:

1 - Descomprometiendo sus mentes y espíritus; sabotando sus actividades mentales; Proveyendo programas educativos de baja calidad en matemáticas, lógica, diseño de sistema y economía, y desmotivando la creatividad.

2 - Comprometiendo sus emociones, aumentando su egocentrismo y su gusto por las actividades emocionales y físicas.

a) - Multiplicando sus confrontaciones y ataques emocionales (violación mental y emocional) por medio de un estanque constante de violencia, de guerra, de sexo en los medios de comunicación social - en particular la TV y los periódicos.

b) - Dándole lo que ellos desean - en exceso - "junk food" para el espíritu, y privándole de lo que realmente necesitan.

3 - Rescribiendo la historia y la ley, y sometiendo al público a distracciones, de forma a ser capaz de desplazar sus pensamientos sobre sus necesidades personales hacia prioridades externas altamente fabricadas (artificiales).

Esto previene su interés y su posible descubrimiento de las armas silenciosas y de la tecnología de automatismo social. La regla general es que existe beneficio o ventaja en la confusión, mas la confusión es grande, mas el provecho es grande. Así, **la mejor aproximación o abordaje es de crear problemas, para enseguida ofrecer soluciones.**

Instrumentos de Control

Medios de comunicación: Mantener la atención del público adulto distraído, lejos de los verdaderos problemas sociales, cautivándolo con temas sin importancia real.

Enseñanza: Mantener al público ignorante de las verdaderas matemáticas, de la verdadera economía, de la verdadera ley, y de la verdadera historia.

Espectáculos: Mantener el entretenimiento público debajo del nivel del sexto año de primaria.

Trabajo: Mantener el público ocupado, ocupado, ocupado, sin tiempo para pensar, de vuelta a la granja con los demás animales.

Tabla de Estrategias

Haga esto	Para obtener esto
Mantener el publico ignorante	Menos organización publica
Crear preocupación e inquietud	Menos defensas
Atacar el núcleo familiar	Controlar la educación de la juventud
Reducir la liquidez y dar más créditos o indemnizaciones	Mas dejar hacer, dejar pasar y proveerse de más datos
Conformismo social	Simplicidad en la programación informática
Minimizar las quejas contra los impuestos	Máxima cantidad de datos económicos, mínimos problemas restrictivos
Estabilizar el consentimiento	Simplicidad de los coeficientes
Establecer condiciones-marco	Simplicidad de los problemas, solución de las ecuaciones diferenciales
Apretar las agendas	Menos desfases y borrosidad en los datos obtenidos
Maximizar el control	Resistencia mínima al control

El Útero Artificial

Desde el momento en que una persona deja el útero de su madre, sus esfuerzos a todo instante están consagrados a construir y a mantener úteros artificiales en los cuales refugiarse, o formas variadas de cascarones protectores de sustitución.

La primera razón por la cual los ciudadanos individuales de un país crean una estructura política es un deseo subconsciente de perpetuar la relación de dependencia de su infancia. Expuesto simplemente, ellos quieren un ángel guardián para eliminar todo riesgo en sus vidas, tener un plato de pollo sobre la mesa de cada almuerzo, vestir sus cuerpos, tenderles la cama cada noche, y decirles que todo irá muy bien cuando despierten la mañana siguiente.

La demanda del público es increíble, entonces su ángel guardián, el político, responde a lo increíble por lo increíble, prometiendo al mundo sin aportar nada. Entonces, ¿quién es el mentiroso mayor? ¿El público o el ángel guardián (político)?

El comportamiento del público es dominado por el miedo, la flojera y la facilidad. Esto es la base del estado de providencia en tanto que arma estratégica, útil contra un público indigesto.

Acción - Ofensiva

La mayoría de la gente quiere ser capaz de someter y/o de matar otros seres humanos que molestan o perturban sus vidas cotidianas pero ellos no quieren afrontar los problemas morales y religiosos que un tal acto de su parte podría generar.

En consecuencia, ellos asignan el trabajo sucio a otros (incluyendo a sus propios hijos) para mantener la sangre alejada de sus manos. **Se congratulan al salvar animales y después se sientan delante una deliciosa hamburguesa** en un bar repintado de blanco abajo en la calle. Pero aun más hipócrita, ellos pagan impuestos para financiar una asociación de profesionales de hombres celebres colectivamente llamados políticos, y después se quejan de la corrupción en el gobierno.

Si las personas se preocuparan realmente de su prójimo, ellos controlarían sus apetitos (avidez, procreación, etc.) a fin de no depender de un crédito o un sistema de asistencia social.

Puesto que la mayoría del público ordinario no ejercerá una tal restricción, solo hay dos alternativas para reducir la inductabilidad económica del sistema:

- 1) Dejar el pueblo matarse entre si en la guerra, lo que tendría como único resultado la destrucción total de la vida sobre la tierra.
- 2) Tomar el control del mundo por medio de la utilización de " armas silenciosas " económicas, bajo la forma de una "guerra tranquila", y reducir la inductabilidad económica a un nivel seguro, mediante un proceso de esclavitud y de genocidio.

La última opción ha sido seleccionada como evidentemente la mejor opción. A este punto, está claro como el agua para el lector la razón del secreto absoluto como necesario a propósito de las armas silenciosas. **El público ordinario rechaza mejorar su propia mentalidad y su fe en el prójimo. Se ha vuelto una horda de bárbaros proliferantes, y mejor dicho, una plaga sobre la superficie de la tierra.**

Fuente: "Armas silenciosas para guerras tranquilas"

<http://www.syti.net/ES/SilentWeapons.html>

"El mundo se divide en tres categorías de gente: Un muy pequeño número que produce acontecimientos, un grupo un poco más grande que asegura la ejecución y mira como acontecen, y por fin una amplia mayoría de no sabe nunca lo que ha ocurrido en realidad."

Nicholas Murray Butler

Présidente de la Pilgrim Society, miembro de la Carnegie, miembro del CFR (Consejo para las Relaciones Externas, Council on Foreign Relations)

El
Horror
Económico

por

Viviane Forrester

El trabajo constituye el elemento de la civilización occidental que domina en todo el planeta.

La perpetuación del trabajo se ha convertido en un mito vinculado a nuestras sociedades, por lo que el desempleo significa una tortura para aquel que lo sufre ya que le supone sufrimiento.

El desempleado es visto por los demás miembros de la sociedad de una forma negativa debido a la abundancia de puestos de trabajo que existen, lo que produce en esa persona un fuerte sentimiento de vergüenza.

Los desempleados engendran un fuerte sentimiento de culpabilidad, acusándose de aquello de lo que son víctimas.

Se establece que para tener derecho a la vida se debe trabajar, pero ¿es normal o lógico establecer como condición necesaria algo que no existe?

Se pretende excluir a los desempleados de la sociedad cuando están siendo absorbidos por ella. Esta es la manera de **preparar una sociedad de esclavos** definidos exclusivamente por su esclavitud.

En el mundo actual, el mundo de las multinacionales, de la mundialización, de la desregulación, etc. la desaparición del trabajo es algo inevitable ya que estos procesos no necesitan casi personal ya que bastaría con un par de llamadas telefónicas para mover una gran cantidad de mercados.

El funcionamiento de esta manera de las empresas acabaría con las formas de trabajo ya que a menor gasto en mano de obra, mas será la plusvalía generada por las empresas.

Los denominados “excluidos” del trabajo forman el embrión de esas multitudes que podrían ser nuestras sociedades futuras si se siguen desarrollando los esquemas actuales en cuanto al trabajo.

El pequeño número de poderosos ya no necesitan el trabajo de los demás, el problema es que esos individuos rechazados no tienen ningún lugar donde poder trabajar, aunque esto produce un sentimiento de indiferencia en aquellos que no necesitan del servicio de los trabajadores ya que solo les interesa obtener beneficios económicos.

Se considera privilegiados a aquellos individuos que poseen un trabajo aunque este sea mal pagado, ya que la norma general es no tener ningún trabajo. Aquellos individuos que alardean de su estabilidad laboral serán los fundadores de la economía moderna en expansión. Sus argumentos son la promesa redundante de la “creación de puestos de trabajo”, aunque supondrán la desaparición del trabajo y la prolongación artificial de su imperio.

En cuanto a los jóvenes, estos están condenados de antemano a ese problema ya que esta situación no tiene soluciones ni límites aunque se acuse a los jóvenes de su falta de interés por la integración en el mercado de trabajo. Estos están abandonados en un “vacío social”.

Los poderosos que dominan el mercado temen principalmente a la conciencia de las clases más bajas, por lo que intentan privar a esas clases de su conciencia.

Los jóvenes de los “barrios difíciles” están ligados a un sistema rígido que les impone precisamente lo que les niega, es decir, les niega la dedicación de una vida ligada al trabajo asalariado y dependiente de él.

En el otro palo existe el mundo generoso de la investigación, el pensamiento, la extravagancia que forman el mundo del intelecto. La sociedad actual es regresiva, es ciega a su propia historia que se organiza sin ella y la elimina.

La “ayuda a las empresas” no fomentaría la creación de puestos de trabajos, ó no tantos como se esperaba. Aparentemente nadie se pregunta en virtud de que operación milagrosa la miseria provocada por el desempleo se traduce en beneficios otorgados sin el menor resultado a las empresas, las que por su parte lloran miseria mientras que el mundo económico marcha globalmente bien.

La caridad no es la vocación de las empresas, a estas se las presenta como fuerzas vivas regidas por imperativos morales, sociales, abiertos al bienestar general, pero, en realidad se rigen por un deber y una ética que les obliga a obtener ganancias.

Con razón o sin ella, el trabajo representa un factor negativo, inutilizable y perjudicial para las ganancias.

La “creación de riqueza” es el único motor capaz de movilizar a las “fuerzas vivas”, que a su vez son las únicas capaces de provocar, gracias a sus riquezas, un crecimiento que se traducirá inmediatamente en la creación de puestos de trabajo.

Nuestros sistemas declaran “ciudadana” a la empresa y esta debe cumplir con sus deberes cívicos. Conociendo el bien y el mal ¿quién puede dudar que la “ciudadana empresa” optará por el bien? Pero no contrata a más trabajadores y amenaza con irse a otro país si no hace todo lo que ella quiere.

Los mercados no conducen a la creación de riqueza y además apenas emplean personal porque para manejar los mercados virtuales como ya mencioné anteriormente basta con un teléfono.

Las “fuerzas vivas” vinculadas con el estado colonizan económicamente a los países que los han enriquecido. Los habitantes pobres emigran hacia los países que han tomado sus recursos aunque son recibidos con indignación.

No son los inmigrantes quienes agotan una masa salarial en vías de extinción, sino los que permanecen en sus propios países trabajando por salarios muy bajos y en condiciones laborales muy precarias. Los inmigrantes son apreciados mucho por las multinacionales que los consideran modelos.

El mercado puede ahora elegir a sus pobres en los circuitos ampliados; el catalogo se agranda porque a partir de ahora existen pobres (pobres) y pobres (ricos).

Durante la denominada *belle époque* se determina que los países ricos no por ser tales son prósperos. Se hace general en vez de la propagación de la prosperidad, la mundialización de la miseria incluso llegando a regiones donde la situación era favorecida.

En cuanto al trabajo se crean nuevas formas como el “zero hour working” implantado en Gran Bretaña en la que el empleado solo recibe remuneración económica cuando trabaja, aunque solo trabaja esporádicamente, y cuando no está trabajando deben permanecer en sus casas, disponibles y no remunerados para estar localizables en caso de que el empresario los necesite. Este tipo de trabajo temporal introduce al trabajador en una categoría de “desposeído”.

Hay un deseo de explotar lo que se pueda de los vestigios del trabajo humano y a la vez conservar una cohesión social adquirida mediante la derrota, la vergüenza, y el terror contenido de las masas encerradas en la lógica destructiva de un trabajo que ha dejado de existir
--

http://html.rincondelvago.com/el-horror-economico_viviane-forrester.html

Cifras para meditar

Las 3 personas más ricas del mundo son tan ricas como los 48 países más pobres

Fuente: ONU-PNUD 1998

Estrategias

de

Manipulación

La Estrategia de la Distracción

El elemento primordial del control social, es la estrategia de la distracción consistente en desviar la atención del público de los problemas importantes y de las mutaciones decididas por las elites políticas y económicas, mediante la técnica del diluvio o inundación continua de distracciones y de informaciones insignificantes.

La estrategia de la distracción es igualmente indispensable para impedir al público de interesarse a conocimientos esenciales, en el área de la ciencia, la economía, la psicología, la neurobiología y de la cibernética

"Mantener la atención del público distraída, lejos de los verdaderos problemas sociales, cautivada por temas sin importancia real. Mantener el público ocupado, ocupado, ocupado, sin ningún tiempo para pensar; de vuelta a la granja con los otros animales." (*cita del texto "Armas silenciosas para guerras tranquilas"*)

La televisión, arma de desinformación masiva.

"El principio de base de la censura moderna consiste en inundar las informaciones esenciales con un diluvio de noticias insignificantes difundidas por una multitud de medios de comunicación social con contenidos similares. Esto permite a la nueva censura de tener todas las apariencias de la pluralidad y de la democracia.

Esta estrategia del entretenimiento y distracción se aplica en primer lugar a los noticieros televisados, principal fuente de información pública."

Actualmente los telediarios apenas contienen información ni noticias relevantes, sino que la mayor parte del tiempo emiten reportajes anecdóticos, de hechos diversos y eventos intrascendentes más propios de un *magazine* televisado que de una agencia de noticias. Para la mayoría de televidentes que se disponen a ver el telediario, **lo que se ve es lo que pasa.**

Ley de mercado (*share*)

Según esta estrategia argumental, no existirían informaciones ni análisis sobre cuestiones verdaderamente importantes, con su debido tiempo y con especialistas sobre el tema, porque el público no lo pide (sic).

Así, en vez de financiar programas de investigación o crear mesas de debates de expertos sobre temas de importancia, se vuelcan en *shows* patéticos y programas de revista de hechos diversos, convirtiendo los telediarios en una mezcla de ambos. Si analizan cualquier telediario, verán que la mayoría de noticias son simples semblanzas sobre un hecho sin análisis ni investigación o lo que es peor, reportajes pintorescos, noticias de deportes, publicidad subliminal sobre alguna película o nuevo cantante etc... Es la *estrategia de la distracción*.

<http://urioste.wordpress.com/2006/11/01/la-television-arma-de-desinformacion-masiva/>

Sugerencia:

Ver Película: “Network: un mundo implacable” de Sidney Lumet

Crear Problemas, Ofrecer Soluciones

Este método es también denominado "problema-reacción-solución". Se crea primero un problema, una "situación" prevista para suscitar una cierta reacción del público, a fin que este sea el demandante de medidas que se desea hacer aceptar. Por ejemplo: dejar que se desarrolle o intensifique la violencia urbana, u **organizar atentados sangrientos**, a fin de que el público sea el demandante de leyes de seguridad o policíacas en detrimento de la libertad. O también: **crear una crisis económica** para hacer aceptar como un mal necesario el retroceso de derechos sociales y el desmantelamiento de los servicios públicos.

Sugerencia

Ver documental: “Petróleo, Humo y Reflejos” (Oil, Smoke & Mirrors) de Ronan Doyle

Ejemplos históricos de operaciones de bandera falsa

Las **operaciones de bandera falsa** son operaciones encubiertas conducidas por gobiernos, corporaciones y otras organizaciones, las cuales están diseñadas para aparecer como si estas fueran llevadas a cabo por otras entidades. El nombre se deriva del concepto militar de usar colores falsos; esto quiere decir la bandera de una país diferente al propio.

Pearl Harbor

El Presidente Franklin Delano Roosevelt necesitaba una guerra. Él necesitaba la fiebre de una guerra grande, para enmascarar los síntomas de una economía aún mortalmente enferma. Roosevelt necesitaba un enemigo y si Norteamérica no deseaba atacar a ese enemigo de buenas ganas, entonces uno de ellos, tendría que ser manipulado para que atacara a Norteamérica.

El camino abierto a la guerra fue creado cuando Japón firmó el acuerdo tripartito con Italia y Alemania, con todas las partes empeñadas en la defensa mutua. Considerando que Hitler nunca declararía la guerra a los Estados Unidos, sin importar cual fuese la provocación, los medios para obligar a Japón a declarar la guerra estuvo prontamente a mano.

Para encender la rabia en el pueblo americano tanto como fuese posible, Roosevelt necesitaba que un primer ataque abierto de Japón, debería ser tan sangriento como fuese posible. De ese momento hasta el ataque a Pearl Harbor, Roosevelt y sus socios se aseguraron que los comandantes en Hawai, el General Short y el Almirante Kimmel, fueran mantenidos ignorantes de la situación de la flota japonesa y sus intenciones, luego se les acuso más tarde por el ataque. (El congreso los exoneró recientemente a ambos, a Short y a Kimmel restaurándoles sus rangos póstumamente).

Pero tal como la dirección del Ejército concluyó en su momento y los documentos declasificados posteriores confirmaron, Washington DC supo que el ataque venía, supo exactamente donde se encontraba la flota japonesa y supo hacia donde se dirigía.

¡El 29 de Noviembre el ministro de Relaciones exteriores Hull le mostró al reportero de United Press, Joe Leib un mensaje con la hora y lugar del ataque y el New York Times en su edición especial del 12/08/1941 sobre Pearl Harbor, página 13, informa que la hora y el lugar del ataque eran previamente conocidos! [Nota: ahora se sabe, además, en un nuevo hallazgo, que EEUU atacó y hundió un submarino japonés lo cual llevó a los japoneses a atacar la flota.]

Vietnam

El Presidente Lyndon Johnson queria una guerra en Vietnam. La necesitaba para ayudar a sus amigos que poseían compañías de armamento para mover un poco sus negocios. La necesitaba para conseguir que el Pentágono y CIA dejaran de intentar invadir a Cuba. Y por sobre todo el necesitaba una provocación para convencer al pueblo norteamericano que no había realmente "ninguna otra opción."

El 5 de agosto de 1964, los periódicos de Norteamérica informaron de "ataques reiterados" contra destructores americanos que operaban en las aguas Vietnamitas, específicamente en el Golfo de Tonkin. La historia oficial fue que torpederas de Vietnam del Norte lanzaron un "ataque no provocado" contra el USS Maddox mientras se encontraba en "patrulla rutinaria".

La verdad es que el USS Maddox estaba envuelto en una agresiva labor de inteligencia en coordinación con actuales ataques de Vietnam del Sur y la Fuerza Aérea de Laos contra blancos en Vietnam del Norte. La verdad es que no hubo ataque de torpederas vietnamitas contra el USS Maddox.

El capitán John J. Herrick, Comandante de la Fuerza de en el Golfo de Tonkin, envió un cable a Washington DC donde informaba que la alarma fue el resultado de un "sobre excitado" hombre a cargo del sonar, que entró en pánico al confundir el ruido de la hélice de su propio barco con un torpedo. Pero a pesar de contar con la información que la alarma era falsa, Lyndon Johnson hablo por los canales de TV esa noche, para dar a conocer el inicio de ataques aéreos contra Vietnam del Norte, "en venganza" por los ataques que nunca ocurrieron.

Artículo completo:

<http://www.investigarl1s.org/>

La Estrategia de la Degradación

Para hacer aceptar una medida inaceptable, es suficiente aplicar progresivamente, en "degradado", sobre una duración de 10 años. Es de esa manera que condiciones socio-económicas radicalmente nuevas han sido impuestas durante los años 1980 a 1990. Desempleo masivo, precariedad, flexibilidad, relocalización, salarios que ya no aseguran ingresos decentes, tantos cambios que habrían provocado una revolución si hubieran sido aplicados bruscamente.

Proceso Bolonia

El 19 de junio de 1999 29 ministros de educación europeos firman la Declaración de Bolonia, que da el nombre al proceso y en el que se basan los fundamentos del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), que estará finalizado en el año 2010. En reuniones posteriores, se perfilan más cambios y se añaden más estados, aunque el ritmo de implantación es desigual entre los diferentes firmantes. Los encuentros más importantes y los comunicados resultantes son:

Comunicado de Praga (19 de mayo de 2001)

Comunicado de Berlín (19 de septiembre de 2003)

Comunicado de Bergen (19 y 20 de mayo de 2005)

Comunicado de Londres (18 de mayo de 2007)

¿Qué significa esta reforma?

La reforma pretende una **progresiva** política de mercantilización del mundo universitario. Su intención final es privatizar la enseñanza.

"La calidad de la educación dada a las clases sociales inferiores debe ser la más pobre o mediocre posible, de forma que la brecha de la ignorancia que aísla las clases inferiores de las clases sociales superiores sea y permanezcan incomprensible para las clases sociales inferiores." (*cf. "Armas silenciosas para guerras tranquilas"*)

http://es.wikipedia.org/wiki/Declaraci%C3%B3n_de_Bolonia

La Estrategia del Diferido

Una otra manera de hacer aceptar una decisión impopular es de presentarla como "dolorosa pero necesaria", obteniendo el acuerdo del público en el momento para una aplicación futura. **Es más fácil aceptar un sacrificio futuro que un sacrificio inmediato.** Primero porque el esfuerzo no es desplegado inmediatamente. Enseguida porque el público, la gente, tiene siempre tendencia a esperar ingenuamente que "todo irá mejor mañana" y que el sacrificio demandado podrá ser evitado. En fin, esto deja más tiempo al público para acostumbrarse a la idea del cambio y de aceptarlo con resignación cuando llegue el momento.

Ejemplo reciente: el pasaje hacia el Euro y la pérdida de soberanía monetaria y económica han sido aceptados por los países Europeos en 1994-1995 para una aplicación en el 2001. Otro ejemplo: los acuerdos multilaterales del [ALCA](#) (o FTAA) que los Estados Unidos han impuesto en el 2001 a los países de todo el continente americano (Centro y Sudamérica) a pesar de sus reticencias, concediendo una aplicación y vigencia diferida para el 2005.

Dirigirse al Público como a Niños de Baja Edad

La mayoría de los spots de publicidad dirigida al gran público utiliza un discurso, argumentos, personajes, y un tono particularmente infantil, muchas veces próximo a lo débil, como si el espectador fuera un niño de baja edad o un deficiente mental. **Cuanto más se intente buscar engañar al espectador u oyente, mas se tiende a adoptar un tono infantil.**

¿Por qué?

Si se dirige a una persona como si tuviera la edad de 12 años entonces, en razón de la sugestibilidad, ella tendrá, con cierta probabilidad, una respuesta o reacción también desprovista de sentido crítico al igual que una persona de 12 años." (cf. "[*Armas silenciosas para guerras tranquilas*](#)")

Utilizar el Aspecto Emocional más que a la Reflexión

Hacer uso del aspecto emocional **es una técnica clásica para hacer corto circuito al análisis racional**, y por ende al sentido crítico de los individuos. La idea es distraer a la parte izquierda del cerebro manteniéndola ocupada. Además, **la utilización del registro emocional permite abrir la puerta de acceso al inconsciente** para implantar o insertar ideas, deseos, miedos o temores, pulsiones, o inducir comportamientos...

La mitad izquierda de nuestro cerebro es analítica y racional. La mitad derecha es creativa e imaginativa. Idealmente, el persuasor genera un estado alterado de conciencia, haciendo que uno pase del estado beta de alerta al alfa.

En estado alfa se es mucho más sugestionable
--

Nota: Un signo físico característico de estar en estado alfa son las pupilas dilatadas.

¿Cómo?

Técnica clásica

1.- Estado de asentimiento

En primer lugar hay que lanzar afirmaciones con las que los oyentes están de acuerdo; deben incluso asentir con la cabeza mientras habla para mostrar su asentimiento.

2.- Truismos

Truismo: Verdad obvia y trivial, perogrullada. (RAE)

Una vez que se tiene a la audiencia asintiendo, el objetivo es seguir así y ganarles su confianza a base de decir verdades obvias que no admiten discusión.

3.- Sugestión.

Todas las posibilidades están a favor de que los oyentes no van a comenzar a pensar por sí mismos, y por lo tanto seguirán asintiendo. Este es el momento en nos dicen lo que quieren que hagamos y, como hemos estado asintiendo todo el rato, podemos ser persuadidos para aceptar la sugestión.

Veamos un sencillo ejemplo:

"Señoras y caballeros: ¿están ustedes preocupados por los precios de los alimentos? ¿Están cansados de las subidas de los carburantes? ¿Están asqueados de la inflación descontrolada? Bien, saben que el Otro Partido consintió una inflación del 18% el pasado año; saben que la criminalidad se ha incrementado en el 50% en todo el país en los últimos doce meses, y saben que sus salarios a duras penas les permiten cubrir sus gastos. La respuesta para resolver esos problemas es elegirme a mi Jonh Jones, para el Senado de los EEUU".

<http://www.dondepuedo.com/foro/showthread.php?threadid=28629>

Sugerencia:

Ver escena de la vendedora de mopas (fregonas) de la película "Dame 10 razones" de Brad Silberling. Al final de la película la vendedora (que es real y no una actriz) explica como "vender" correctamente.

Otras técnicas

Comandos Ocultos

Al pronunciar palabras clave, el orador hará un gesto con la mano izquierda, que las investigaciones han demostrado que llegan mejor al cerebro derecho.

Intercalado

la idea es decir algo con palabras pero sembrar una impresión subconsciente de otra cosa en la mente de los oyentes y/o espectadores.

Déjenme ponerles un ejemplo: Vamos a suponer que está usted viendo a un comentarista de televisión que afirma lo siguiente: "El Senador Johnson está ayudando a las autoridades a solucionar los estúpidos errores de las empresas que contribuyen a crear los problemas de basura nuclear". Suena como si fuera la exposición de un hecho, pero si el locutor enfatiza las palabras adecuadas, y especialmente si hace los adecuados gestos con las manos al pronunciar las palabras clave, le pueden dejar a usted con la sensación de que el Senador Johnson es un estúpido.

Visualización

Las técnicas de persuasión se usan también frecuentemente en asuntos menores con la misma efectividad. El vendedor de seguros sabe que puede conseguir su objetivo mucho más fácilmente si consigue hacerle visualizar algo en su mente. Esa es la comunicación

con el lado derecho del cerebro.

Por ejemplo, puede hacer una pausa en la conversación, mirar despacio a su alrededor en su salón y decir: "¿Puede usted imaginarse esta preciosa casa quemándose hasta los cimientos?" ¡Por supuesto que usted puede! Ese es uno de sus temores inconscientes y, cuando usted es forzado a visualizarlo, es usted más proclive a dejarse manipular para adquirir una póliza de seguros.

Mantener al Público en la Ignorancia y la Idiotéz

Hacer de forma que el público sea incapaz de comprender las tecnologías y los métodos utilizados para su control y su e-s-c-l-a-v-i-t-u-d

"La calidad de la educación dada a las clases sociales inferiores debe ser la más pobre o mediocre posible, de forma que la brecha de la ignorancia que aísla las clases inferiores de las clases sociales superiores sea y permanezcan incomprensible para las clases sociales inferiores." (cf. *"Armas silenciosas para guerras tranquilas"*)

Promover al Público a Complacerse en la Mediocridad

Promover al público a encontrarse bien con el hecho de ser estúpido, vulgar e inculto... Regocijarse de su propia mediocridad y lejos de intentar huir de ella, estar orgullosos de ser mediocres. Típico "american way of life" norteamericano.

Reemplazar la Revuelta por la Culpabilidad

Hacer creer al individuo que el solo es responsable de su desgracia, a causa de la insuficiencia de su inteligencia, de sus capacidades, o de sus esfuerzos. Así, en vez de rebelarse contra el sistema económico, el individuo se auto-devalúa y culpabiliza, lo que genera un estado depresivo del cual uno de sus efectos es la inhibición de la acción.

Sugerencia:

"1984" Novela de George Orwell

Conocer a los Individuos Mejor de lo que Ellos Mismos se Conocen

En el transcurso de los últimos 50 años, los avances acelerados de la ciencia han generado una brecha creciente entre los conocimientos del público y aquellas poseídas y utilizadas por las élites dirigentes. Gracias a la biología, la neurobiología, y la psicología aplicada, el "sistema" ha logrado a un conocimiento avanzado del ser humano, a la vez físicamente y psicológicamente. El sistema ha alcanzado a conocer mejor el individuo común de lo que él mismo conoce de sí. Esto significa que en la mayoría de los casos, el sistema posee un más gran control y un más gran poder sobre los individuos que los individuos ellos-mismos.

Destrucción de la Naturaleza

Además, la naturaleza constituye una referencia de otro orden, el del universo. La contemplación de la belleza y de la perfección de este orden es considerada subversiva: ella encamina al individuo a rechazar la fealdad de las zonas urbanizadas, y a dudar del orden social que debe permanecer como su única referencia. La urbanización del medioambiente permite ubicar las poblaciones en un espacio totalmente controlado, y donde el individuo está totalmente inmerso en una proyección del orden social.

Sugerencia:

Ver Documental: “Una verdad incómoda” (2006) de Davis Guggenheim

Una Libertad bajo Vigilancia Electrónica

Nuestra libertad está bajo permanente y alta vigilancia electrónica. Las tecnologías informáticas han permitido aumentar, lo que los especialistas llaman nuestras "huellas" (trazabilidad). Nuestras actividades, nuestras conversaciones, nuestras preferencias y nuestros centros de interés dejan huellas en múltiples sistemas informáticos que administran nuestra vida cotidiana. Todos estos datos son recolectados, centralizados y memorizados por organizaciones públicas o privadas que pueden conocer a todo momento el "perfil" de cada individuo.

Bases de datos, archivos informáticos, teléfonos portátiles, Internet, relación entre tarjeta de crédito y del código de barras, **red Echelon**, estos son los medios por los cuales nuestra libertad es sometida a alta vigilancia.

Sugerencia:

Ver Película: “Enemigo público” (1998) de Tony Scott

TV: De la Información a la Desinformación

Una nueva censura

El principio de base de la censura moderna consiste **en inundar las informaciones esenciales con un diluvio de noticias insignificantes** difundidas por una multitud de medios de comunicación social con contenidos similares. Esto permite a la nueva censura de tener todas las apariencias de la pluralidad y de la democracia. Esta estrategia del entretenimiento y distracción se aplica en primer lugar a los noticieros televisados, principal fuente de información pública.

Ej: Así, una cumbre internacional dará lugar a imágenes de limusinas oficiales y los saludos delante de un edificio, pero ninguna información, ningún análisis a propósito de los temas discutidos por los jefes de Estados.

La nueva censura: la censura sin censores

La forma tradicional de entender la censura como un examen y aprobación que anticipadamente hace el censor gubernativo, ya sea prohibiendo una obra o recortando, tijera en mano, el trozo que no “interesa”. Hoy en día, esa figura no existe ni es necesaria, lo que hace más complicado su señalización. La censura moderna tiene varias formas tanto de ejecutarse como de justificarse.

La memoria humana funciona en base a una esquematización, jerarquización y organización. Sin embargo en los telediarios se presentan las noticias de forma arcaica, desorganizada y poniendo al mismo nivel noticias de importancia desigual: un hecho diverso, un poco de política, deportes, un tema social, un otro hecho diverso, luego de nuevo política etc.

El objetivo buscado parece ser la peor memorización posible de las informaciones para el público. Así, obtienen una población “amnésica” incapaz de relacionar hechos y de asumir o crear corrientes de opinión, más aun contrarias al sistema establecido. El control mediático es la base del integrismo democrático, de su existencia en el tiempo.

<http://urioste.wordpress.com/2006/11/01/la-television-arma-de-desinformacion-masiva/>

Sugerencia:

Ver Documental: “OUTFOXED: La guerra de Rupert Murdoch contra el periodismo” de Robert Greenwald

Propaganda

La propaganda o publicidad política consiste en el lanzamiento de una serie de mensajes que busca influir en el sistema de valores del ciudadano y en su conducta. Se articula a partir de un discurso persuasivo que busca la adhesión del otro a sus intereses. Su uso primario proviene del contexto político, refiriéndose generalmente a los esfuerzos patrocinados por gobiernos o partidos para convencer a las masas; secundariamente se alude a ella como publicidad de empresas privadas.

Propaganda nazi

El padre de la propaganda nazi fue Joseph Goebbels, responsable del Ministerio de Educación Popular y Propaganda, creado por Adolf Hitler a su llegada al poder en 1933. Goebbels había sido el director de la tarea comunicativa del Partido Nazi y el gran arquitecto del ascenso al poder. Una vez en el Gobierno y con las manos libres para monopolizar el aparato mediático estatal, Goebbels prohibió todas las publicaciones y medios de comunicación fuera de su control, y orquestó un sistema de consignas para ser transmitido mediante un poder centralizado del cine, la radio, el teatro, la literatura y la prensa. Era también el encargado de promocionar o hacer públicos los avisos del gobierno.

A Goebbels se le atribuye mucho de propaganda moderna (marketing social), entre ellos sus 11 principios:

1. **Principio de simplificación y del enemigo único.** Adoptar una única idea, un único símbolo. Individualizar al adversario en un único enemigo.
2. **Principio del método de contagio.** Reunir diversos adversarios en una sola categoría o individuo. Los adversarios han de constituirse en suma individualizada.
3. **Principio de la transposición.** Cargar sobre el adversario los propios errores o defectos, respondiendo el ataque con el ataque. "Si no puedes negar las malas noticias, inventa otras que las distraigan.
4. **Principio de la exageración y desfiguración.** Convertir cualquier anécdota, por pequeña que sea, en amenaza grave.
5. **Principio de la vulgarización.** Toda propaganda debe ser popular, adaptando su nivel al menos inteligente de los individuos a los que va dirigida. Cuanto más grande sea la masa a convencer, más pequeño ha de ser el esfuerzo mental a realizar. La capacidad receptiva de las masas es limitada y su comprensión escasa; además, tienen gran facilidad para olvidar.
6. **Principio de orquestación.** La propaganda debe limitarse a un número pequeño de ideas y repetirlas incansablemente, presentarlas una y otra vez desde diferentes perspectivas, pero siempre convergiendo sobre el mismo concepto. Sin fisuras ni dudas. De aquí viene también la famosa frase: «*Si una mentira se repite suficientemente, acaba por convertirse en verdad*».
7. **Principio de renovación.** Hay que emitir constantemente informaciones y argumentos nuevos a un ritmo tal que, cuando el adversario responda, el público esté ya interesado en otra cosa. Las respuestas del adversario nunca han de poder contrarrestar el nivel creciente de acusaciones.
8. **Principio de la verosimilitud.** Construir argumentos a partir de fuentes diversas, a través de los llamados globos sondas o de informaciones fragmentarias.
9. **Principio de la silenciación.** Acallar las cuestiones sobre las que no se tienen argumentos y disimular las noticias que favorecen el adversario, también contraprogramando con la ayuda de medios de comunicación afines.
10. **Principio de la transfusión.** Por regla general, la propaganda opera siempre a partir de un sustrato preexistente, ya sea una mitología nacional o un complejo de odios y prejuicios tradicionales. Se trata de difundir argumentos que puedan arraigar en actitudes primitivas.
11. **Principio de la unanimidad.** Llegar a convencer a mucha gente de que piensa «como todo el mundo», creando una falsa impresión de unanimidad.

Propaganda en los conflictos modernos

A la fecha el fenómeno de la propaganda se ha diversificado y tecnificado en un alto grado, al mismo tiempo que los medios de comunicación también se desarrollan. Después del 11-S el gobierno de George Bush inició lo que denomina Guerra contra el terrorismo, comprendida como una Guerra de cuarta generación, donde se hizo uso de los medios masivos, especialmente de los medios televisivos. La política de Bush se ha centrado en propagar el supuesto Choque de civilizaciones y la supuesta maldad intrínseca de lo que denomina Eje del mal y bajo dicha propaganda promovió y logró el respaldo popular necesario para invadir Iraq con el argumento de que Saddam Husein poseía armas de destrucción masiva y que apoyaba a la red Al Qaida. Posteriormente, ante la ausencia de pruebas que sustentasen tales afirmaciones, el gobierno de Bush cambió drásticamente de argumentaciones.

Debido al perfeccionamiento de las técnicas de propaganda, resulta difícil distinguir lo que es información de lo que es propaganda en el conflicto actual

<http://es.wikipedia.org/wiki/Propaganda>

Desinformación

Desinformación es el acto de silenciar o manipular la verdad, habitualmente en los medios de comunicación de masas.

Procedimientos

Por parte de la publicidad pública de un régimen político o de la publicidad privada o por medio de hoax, "filtraciones" interesadas o rumores, "sondeos", estadísticas o estudios presuntamente científicos e imparciales, pero pagados por empresas o corporaciones económicas interesadas, uso de "globos sonda" o afirmaciones no autorizadas para inspeccionar los argumentos adversos que pueda suscitar una medida y anticipar respuestas y uso de medios no independientes o financiados en parte por quien divulga la noticia o con periodistas sin contrato fijo.

La desinformación se sirve de diversos procedimientos retóricos como demonización, esoterismo, presuposición, uso de falacias, mentira, omisión, sobreinformación, descontextualización, negativismo, generalización, especificación, analogía, metáfora, eufemismo, desorganización del contenido, uso del adjetivo disuasivo, reserva de la última palabra u ordenación envolvente que ejerce la información preconizada sobre la opuesta (orden nestoriano).

La **demonización** o satanización consiste en identificar la opinión contraria con el mal, de forma que la propia opinión quede ennoblecida o glorificada. Hablar del vecino como de un demonio nos convierte a nosotros en ángeles y las "guerras santas" siempre serán menos injustas que las guerras, a secas. Se trata ante todo de convencer con sentimientos y no con razones.

Algunas palabras y expresiones no admiten réplica ni razonamiento lógico: son los llamados **adjetivos disuasivos**, contundentes y negativistas que obligan a someterse a ellas y excluyen el matiz y cualquier forma de trámite inteligente. Su contundencia emocional, eclipsa toda posible duda o ignorancia, principios de cualquier forma razonable de pensamiento. Ejemplo: la constitución o la integración europea es *irreversible*.

La misma aplicación tienen los adjetivos *incuestionable*, *inquebrantable*, *inasequible*, *insoslayable*, *indeclinable* y *consustancial*. Su maximalismo sirve para remachar cualquier discurso y crear una atmósfera irrespirable de monología. Además, según Noam Chomsky, muchas de estas palabras suelen atraer otros elementos en cadena formando lexías: *adhesión inquebrantable*, *inasequible al desaliento* (incorrecto ya que *inasequible* significa inalcanzable, inconseguible), *deber insoslayable*, *turbios manejos*, *legítimas aspiraciones*, *absolutamente imprescindible*. Lexías redundantes como *totalmente lleno* o *absolutamente indiscutible*, *inaceptable* o *inadmisibile*.

Misticismo

El **esoterismo** es la tendencia al enigma y al oscurantismo en la expresión sibilina, ambigua, enredada y cercana a razones que no atan ni desatan. Cualquier interpretación es plausible. Se suprime cualquier conclusión lógica y se deja el poder de interpretación en manos de quien está y las posiciones en que estaban sin iniciar ningún camino y negando toda posible evolución o pensamiento.

Es habitual entre los políticos hablar de las *reglas del juego*, pero nadie dice cuáles son; también se habla del *marco institucional* si bien nadie ha descrito ese marco; tampoco existe quien lleve el árbol genealógico de las llamadas *familias políticas*. Es frecuente el alargamiento de las construcciones verbales en forma de perífrasis verbales paralizantes y fatigosas construcciones pasivas analíticas. Se usa además la hipérbole, la dilogía o disemia, la eufonía y el énfasis (dar a entender más de lo que se dice) recurriendo a hiperónimos.

Retórica de la desinformación

- **Apelación al miedo.** Un público que tiene miedo está en situación de receptividad pasiva y admite más fácilmente cualquier tipo de indoctrinación o la idea que se le quiere inculcar; se recurre a sentimientos instalados en la psicología del ciudadano por prejuicios escolares y de educación, pero no a razones ni a pruebas.
- **Apelación a la autoridad.** Citar a personajes importantes para sostener una idea, un argumento o una línea de conducta y ningunear otras opiniones.
- **Testimonio.** Mencionar dentro o fuera de contexto casos particulares en vez de situaciones generales para sostener una política. Un experto o figura pública respetada, un líder en un terreno que no tiene nada que ver... Se explota así la popularidad de ese modelo por contagio. Por ejemplo, un juez respetado como Baltasar Garzón entra en un partido político acusado de corrupción para aprovechar su reputación.
- **Efecto acumulativo.** Intenta persuadir al auditorio de adoptar una idea insinuando que un movimiento de masa irresistible está ya comprometido en el sostenimiento de una idea, aunque es falso. Se da por sentada una idea mediante la falacia de la petición de principio. Esto es así porque todo el mundo prefiere estar siempre en el bando de los vencedores. Esta táctica permite preparar al público para encajar la propaganda. Es preferible juntar a la gente en grupos para eliminar oposiciones individuales y ejercer mayor coerción, principio de mercadotecnia o marketing que ejercen los vendedores.
- **Redefinición y revisionismo.** Consiste en redefinir las palabras o falsificar la historia de forma partidista para crear una ilusión de coherencia.
- **Demanda de desaprobación o poner palabras en la boca de uno.** Relacionada con lo anterior, consiste en sugerir o presentar que una idea o acción es adoptada por un grupo adverso sin estudiarla verdaderamente. Sostener que en un grupo sostiene una opinión y que los individuos indeseables, subversivos, reprobables

y despreciables la sostienen también. Eso predispone a los demás a cambiar de opinión.

- **Uso de generalidades y palabras virtuosas.** Las generalidades pueden provocar emoción intensa en el auditorio. El amor a la patria y el deseo de paz, de libertad, de gloria, de justicia, de honor y de pureza permiten asesinar el espíritu crítico del auditorio, pues el significado de estas palabras varía según la interpretación de cada individuo, pero su significado connotativo general es positivo y por asociación los conceptos y los programas del propagandista serán percibidos como grandiosos, buenos, deseables y virtuosos.
- **Imprecisión intencional.** Se trata de referir hechos deformándolos o citar estadísticas sin indicar las fuentes o todos los datos. La intención es dar al discurso un contenido de apariencia científica sin permitir analizar su validez o su aplicabilidad.
- **Transferencia.** Esta técnica sirve para proyectar cualidades positivas o negativas de una persona, entidad, objeto o valor (individuo, grupo, organización, nación, raza, patriotismo...) sobre algo para hacer esto más (o menos) aceptable mediante palancas emotivas.
- **Simplificación exagerada.** Generalidades usadas para contextualizar problemas sociales, políticos, económicos o militares complejos.
- **Quidam.** Para ganar la confianza del auditorio, el propagandista emplea el nivel de lenguaje y las maneras y apariencias de una persona común. Por el mecanismo psicológico de la Proyección (psicología), el auditorio se encuentra más inclinado a aceptar las ideas que se le presentan así, ya que quien se las presenta se le parece.
- **Estereotipar o etiquetar.** Esta técnica utiliza los prejuicios y los estereotipos del auditorio para rechazar algo.
- **Chivo expiatorio.** Lanzando anatemas de demonización sobre un individuo o un grupo de individuos, acusado de ser responsable de un problema real o supuesto, el propagandista puede evitar hablar de los verdaderos responsables y profundizar en el problema mismo.
- **Uso de eslóganes.** Frases breves y cortas fáciles de memorizar y reconocer que permiten dejar una traza en todos los espíritus, bien de forma positiva, bien de forma irónica: "Bruto es un hombre honrado".
- **Eufemismo o deslizamiento semántico.** Reemplazar una expresión por otra para descargarla de todo contenido emocional y vaciarla de su sentido: "interrupción voluntaria del embarazo" por aborto inducido, "solución habitacional" por vivienda, "limpieza étnica" por matanza racista. Otros ejemplos, "daños colaterales" en vez de víctimas civiles, "liberalismo" en vez de capitalismo, "ley de la jungla" en vez de liberalismo, "reajuste laboral" en vez de despido, "solidaridad" en vez de impuesto, "personas con preferencias sexuales

diferentes" en lugar de homosexuales, "personas con capacidades diferentes" en lugar de discapacitados y "relaciones impropias" en vez de adulterio.

- **Adulación.** Uso de calificativos agradables, en ocasiones inmoderadamente, con la intención de convencer al receptor: "Usted es muy inteligente, debería estar de acuerdo con lo que le digo".

<http://es.wikipedia.org/wiki/Desinformaci%C3%B3n>

Cifras para meditar

La riqueza de las 84 personas más ricas del mundo supera el producto interno bruto de la China con sus 1,2 Mil Millones de habitantes

Fuente: ONU-PNUD 1998

Auto Manipulación

Prejuicio Cognitivo

Un prejuicio cognitivo es una distorsión cognitiva que afecta al modo en el que los humanos percibimos la realidad. Vulgarmente entendemos por prejuicio el tomar decisiones sin tener una experiencia propia.

En psicología, este término hace referencia **a la distorsión de la información que se produce en nuestro cerebro al procesarla**. En el español de uso corriente la expresión "prejuicio cognitivo" se acerca más al significado de las palabras «tendencia», «sesgo» o «predisposición».

Así, la información prejuiciosa, en ciencia, no es éticamente reprobable, **ya que es la manifestación de un modelo de comportamiento o proceso mental beneficioso para el individuo desde el punto de vista de la evolución**. Lo que en ciencia es reprehensible es el acto de evitar comprobar el prejuicio desde una postura científica, el situarse en una postura cerrada y fija y aislarse dando por ciertos los datos imaginados.

Hoy en día se vive del prejuicio informativo de muchas fuentes porque el trabajo necesario de comprobarlo nos impediría vivir en sociedad. Por tanto, se ha hecho inevitable basarse en suposiciones, prejuicios o probabilidades, que la conciencia decide sesgar de una manera u otra en función de resultados anteriores.

Al mismo tiempo, independientemente del cariz ético que adopta en la sociedad debido a la existencia de grupos sociales específicos, no solo el prejuicio sino los actos prejuiciosos han sido inevitables, ya que siempre ha sido necesario convencer a la gente para dar incluso su vida por una causa que no es comprobable o que no sería viable comprobar dado el tiempo y número de personas que se necesitan. Los medios de información son los que ponen pruebas indirectas, **y por tanto falsificables**, que informan al grueso de la población.

Toma de decisiones y predisposiciones conductuales

Prejuicio de desconfirmación o sesgo de disconformidad: Es la tendencia a realizar un crítico escrutinio de la información cuando contradice sus principales creencias y aceptar sin criterio aquella información que es congruente con sus principales creencias.

Prejuicio o sesgo de confirmación: Es la tendencia a buscar o interpretar información de un modo que confirme nuestras propias preconcepciones.

Percepción selectiva: Tendencia en la cual, las ansias, esperanzas o ilusiones, afectan a la percepción.

Efecto Bandwagon, efecto de arrastre o efecto del carro ganador: Es la tendencia a hacer (o creer) cosas porque muchas otras personas hacen (o creen) esas cosas. También se puede dar el efecto contrario, rechazar algo por el mero hecho de que es lo que hace la mayoría. Este es el mismo instinto de manada o falso consenso.

Prejuicio de la elección comprensiva: Es la tendencia a recordar nuestras propias decisiones como mejores de lo que realmente fueron.

Prejuicio de información: Es la tendencia a buscar información, incluso cuando ésta no puede afectar a la decisión a tomar. Puede crear la falsa impresión de que por tener más información el razonamiento y/o la conclusión son más veraces.

Prejuicio de compatibilidad: Es la tendencia a probar hipótesis exclusivamente a través de la prueba directa.

Efecto contraste: Es el realce o reducción de una cualidad o medida de un objeto cuando la comparamos con otros observados recientemente.

Negación del ratio base: Es un error que ocurre cuando dado un dato D la probabilidad condicional de una hipótesis H es evaluada sin contar suficientemente con el ratio base o probabilidad a priori de H.

Ej. Suponga una ciudad con 100 terroristas y 1 millón de no terroristas. Hay una cámara con detección de caras con un error del 1% y por tanto también con un 99% de acierto. Si suena la alarma, ¿cuál es la probabilidad de que sea terrorista?. El conjunto total de la población es 1.000.100 personas. Si se aplica el prejuicio de negación del ratio base, se diría que como el ratio de fallos es del 1%, entonces la cantidad de fallos será 1 vez por cada 100, así si la cámara suena él o ella será con 99% de seguridad un terrorista. Esta desviación se produce porque igualamos el número de terroristas con el número de no terroristas en la ciudad y así el error se aplica por igual a la misma cantidad de gente, es decir, se obvia la gruesa base de gente que reduce la probabilidad. El verdadero cálculo debería tener en cuenta que en la ciudad solo hay 100 terroristas en un millón de habitantes. La probabilidad de que sea terrorista cuando suene sería de $0.99 \cdot (n_{terroristas} / n_{totalciudad})$, es decir, 99 en 10.099 ($99/10099 \sim 1/100$).

Efecto foco: Desviación de la predicción del resultado, ocurre cuando las personas sitúan mucha más importancia en un determinado punto o aspecto de un evento.

Deformación profesional: Es la tendencia a mirar las cosas de acuerdo con las convenciones o prisma de nuestra propia profesión, olvidando cualquier otro punto de vista más amplio.

Efecto de cesión: Es la tendencia de las personas a dar más valor a algo tan pronto como lo poseen.

Ilusión del control: Es la tendencia del ser humano a creer que puede controlar o al menos influir, en algunos beneficios o pagos que claramente no puede controlar o influir.

Prejuicio por impacto: Es la tendencia a sobrevalorar la duración e intensidad de los futuros estados emocionales, basándose en experiencias previas. No es necesario que ante estímulos iguales se sienta de la misma manera en dos puntos temporales distintos.

Negación de la probabilidad: Es la tendencia a rechazar completamente cualquier probabilidad cuando se realiza la decisión bajo incertidumbre.

Efecto laguna de exposición: Tendencia de las personas a expresar apetencias por cosas simplemente porque éstas les son familiares.

Prejuicio por omisión: Tendencia a juzgar acciones perjudiciales, lesivas o dañinas como peores, o menos morales, que omisiones de acción, igualmente dañinas.

Prejuicio o sesgo por resultados: Tendencia a juzgar una decisión por su resultado final, en lugar de juzgarla por la calidad o acierto de la decisión, cuando fue realizada.

Falacia de planificación: Tendencia a desestimar o infravalorar los tiempos de finalización de las tareas.

Efecto de pseudocerteza: Tendencia a hacer elecciones adversas y de riesgo si los resultados esperados son positivos, porque realizando búsqueda de las elecciones de riesgo se tiene la preconcepción de evitar resultados negativos o no tan favorables.

Tendencia de riesgo cero: Preferencia por reducir un pequeño riesgo hasta cero, en vez de reducir de manera considerable un gran riesgo.

Descuento hiperbólico: Es la tendencia de algunas personas a tener mayores preferencias por beneficios inmediatos en comparación con beneficios retardados.

Aversión de pérdida: Es la tendencia de las personas a preferir, en mayor medida, evitar las pérdidas, superiormente, a la posibilidad de adquirir ganancias.

Prejuicio de statu quo: Tendencia de algunas personas, a valorar o apreciar en mayor medida, las cosas que permanecen estables.

Efecto de Von Restorff: Tendencia de un individuo a situarse en un modo de queja continua, para que sea mejor y más recordado que el resto, en general, dice que un elemento que destaca o rompe la norma será más recordado que otros elementos.

Efecto keinschorn: Predisposición a contradecir las ideas o formulaciones que otra persona juzga, con la cual no simpatiza.

Prejuicio o sesgo de punto ciego: Es la tendencia a no darse cuenta de los propios prejuicios cognitivos.

Sesgo en la probabilidad y creencias

Un **sesgo** es un error que aparece en los resultados de un estudio debido a factores que dependen de la recogida, análisis, interpretación, publicación o revisión de los datos que pueden conducir a conclusiones que son sistemáticamente diferentes de la verdad o incorrectas acerca de los objetivos de una investigación.

La **probabilidad** es la posibilidad de que algo pueda ocurrir o sea el caso. La teoría de la probabilidad se usa extensamente en áreas como la estadística, la matemática, la ciencia y la filosofía para sacar conclusiones sobre la probabilidad de sucesos potenciales y la mecánica subyacente de sistemas complejos.

Una **creencia** es un modelo creado por la mente para satisfacer un deseo, generalmente sobre un hecho real o imaginario, del cual se desconoce o no se acepta, una alternativa o una respuesta racional. En una creencia todos aquellos individuos que compartan dicho deseo darán por buena una proposición y actuarán como si fuese verdadera, aunque no lo sea.

Efecto de ambigüedad: La evasión o rechazo directo de las opciones que por falta de información parecen tener una probabilidad incierta o desconocida.

Obstinación, terquedad o empecinamiento (anchoring): Es la tendencia a confiar demasiado, o aferrarse a un atributo, rasgo, cualidad o particularidad de toda la información cuando se realiza una decisión. Este rasgo o particularidad por el que se decanta uno es con frecuencia el primero que se ha conocido o recibido.

Sesgo antrópico: Es la tendencia de una persona a sesgar las evidencias ya que han sido influenciadas por los efectos de una observación selectiva. Esto es, básicamente una generalización extrema del prejuicio de confirmación o de desconfirmación, envolviendo no solo el conjunto de ideas, memoria y metodología sino también el modo en el que uno se ve a sí mismo como entidad investigadora del entorno.

Desviación de la atención: Negar la información relevante cuando se realizan valoraciones relacionales o asociativas.

Disponibilidad heurística: Es una predicción sesgada, debido a la tendencia a centrarse en el beneficio o suceso más sobresaliente, más familiar y emocionalmente cargado. Es decir, al juzgar grosso modo una probabilidad esta tiende a estar influenciada no por acontecimientos objetivos sino más bien por la experimentación emocional del sujeto o a través del suceso más sobresaliente que haya sufrido este.

Prejuicio de creencia: Es la tendencia a basar las valoraciones o evaluaciones en creencias personales.

Creencia overkill: Ocurre cuando una persona tiende a traer todas sus creencias y valores, una tras otra para apoyar una determinada posición. Todas sus creencias y valores apuntan a la misma conclusión que quiere apoyar.

Ilusión de serie o apofenia: Es la tendencia a ver patrones donde realmente no existen. La ilusión de grupo o serie se refiere a la tendencia natural del hombre a asociar algún

significado a ciertos tipos de patrones o series que inevitablemente deben aparecer en cualquier lista de datos extensa.

Pareidolia: Un tipo de error de confusión en la percepción debida a la natural asociación e instinto social de reconocimiento de expresiones faciales y objetos comunes que se produce cuando al introducir un estímulo vago éste se percibe como algo claro, distintivo o altamente significativo. Pueden estar provocados por sesgos de memoria (errores en la red neuronal bayesiana de asociación que nos hacen creer haber visto algo que realmente no vimos), por sesgos de confirmación, o por sesgos naturales de asociación.

Ejemplo: Percibir formas y caras en las nubes.

Falacia del jugador o falacia de Gambler: Es la tendencia a asumir que eventos aleatorios individuales están influenciados por eventos aleatorios previos.

Ejemplo: «La moneda tiene memoria».

Prejuicio de retrospectiva o recapitulación: Conocida también como el efecto «Siempre supe que iba a pasar, lo sabía!» o «ya lo había supuesto», muestra la inclinación a ver los hechos pasados como fenómenos predichos o predecibles. Los individuos están, en realidad, sesgados por el conocimiento de lo que realmente ha pasado cuando evalúan su probabilidad de predicción. Sin conocimiento del futuro no hubieran tomado decisiones diferentes o correctas. Este prejuicio es en realidad producido por un error en la memoria, es un efecto menor del déjà vu.

Falacia de la proyección mental: La sensación de que las probabilidades son (y representan) propiedades intrínsecas de la física más que una descripción del conocimiento personal y limitado de la situación.

Sesgo de autoservicio o sesgo hacia mi lado: Es la tendencia de algunas personas a errar en su observación e ignorar pruebas o hechos en contra de la postura que defienden. También reclaman mayor responsabilidad en los aciertos y éxitos que en los errores. Además, en cuanto aparece información ambigua la interpretan de un modo que beneficia sus intereses.

Efecto de negación de precedentes: Es la tendencia de algunas personas a evitar incorporar probabilidades o sucesos precedentes muy bien conocidos que pueden ser importantes en la decisión a tomar.

Efecto del observador expectante o Efecto expectativa del observador: Este efecto se da cuando, por ejemplo, un investigador espera un determinado resultado y después inconscientemente manipula un experimento o malinterpreta los datos con objeto de encontrarlo. Este efecto se suele dar en muchas investigaciones paranormales.

Efecto de sujeto expectante: Es otro sesgo cognitivo que ocurre en la ciencia cuando un sujeto espera un resultado determinado y por consiguiente manipula inconscientemente los datos de un experimento. Se diferencia del efecto del observador expectante en que la manipulación la realiza no el observador sino el mismo paciente. Se da especialmente en medicina donde es denominado efecto placebo o efecto nocebo,

dependiendo en si la manipulación del sujeto ha sido para incluir un efecto o para omitirlo. Para eliminarlo se usa el Ensayo doble ciego.

Desviación o sesgo optimista: Es la tendencia sistemática a ser demasiado optimista sobre los beneficios de cualquier acción planeada.

Sesgo de beneficio positivo: Es la tendencia de algunas personas a predecir o sobrestimar la probabilidad de que le ocurran buenas cosas a ellos. (Es una generalización Desviación optimista)

Efecto superconfianza: Es la tendencia a confiar demasiado en las habilidades propias o personales.

Efecto de sobreatribución, sesgo de correspondencia o error fundamental de atribución: Es la tendencia o disposición de la gente a sobre-dimensionar los motivos personales internos a la hora de explicar un comportamiento observado en otras personas, dando poco peso por el contrario a motivos externos como el rol o la situación, para este mismo comportamiento. La gente tiende a obviar los motivos externos y cree más e incluso amplifica los motivos genéticos o de carácter internos. Cuando las personas piensan en sí mismas atribuyen su éxito a una cualidad personal (inteligencia, bondad, fuerza, carácter) y sus fracasos a circunstancias externas (mala suerte, desventaja, manías). Por otro lado, cuando la gente piensa en otros, atribuyen los aciertos de los demás a circunstancias externas (tuvo suerte, tuvo ventaja) y los fallos a debilidades o características internas (tiene mucho carácter, él no es suficientemente fuerte, inteligente).

Prejuicio o sesgo de la debilidad y de fortaleza: Es la tendencia de las personas a juzgar como permisibles o creer con mayor fuerza los comportamientos y los argumentos de las partes más débiles. La justificación de los actos de los demás debido a su debilidad no es un argumento para la ética de los hechos, ni una evidencia de la verdad de una aseveración. Este sesgo se muestra claramente en la película Dogville. Igualmente se da este hecho a la inversa, es decir, algunas personas tienen la tendencia a pensar que las más fuertes, físicamente o intelectualmente son más poseedoras de la verdad sin atender a sus argumentos. Véase Prejuicio de statu quo.

Sesgo de la simetría: Es la tendencia a considerar como ciertas y mejores los argumentos y razonamientos en los que exista una simetría dual clara. La existencia de una simetría aunque hace al argumento más bello e idóneo para nuestros prejuicios no implica la veracidad de la misma. Este error se produce con mayor frecuencia cuanto más general sea la afirmación deducida.

La luz es blanca o negra frente a la luz está compuesta por diversos colores.

Preferencia a elegir entre dos partidos políticos que entre cinco.

Efecto de polarización: Se incrementa la fuerza de una creencia en ambas posturas o bandos respectivamente después de la presentación de pruebas neutrales, débiles o evidencias confusas que resultan de una asimilación sesgada. Esta polarización se da en muchos idealismos y radicalismos. Cuando los entusiastas de una cierta idea están cegados por sus prejuicios personales acerca de las demás posibilidades y positivamente

sobre las propias confirman sus creencias sin escrutinio aunque evalúan críticamente las creencias del contrario. Es decir las pruebas confusas o argumentos débiles ayudan a separar más a ambos bandos y no a provocar conversiones.

Efecto de primacía o efecto de la primera impresión: Es la tendencia a valorar, en algunas situaciones, más los eventos iniciales que los siguientes eventos.

Ejemplo: en una presentación se tienen en cuenta en mayor medida las primeras diapositivas o los primeros minutos que los demás.

Efecto el último evento: Es la tendencia a ponderar y a dar más importancia a los eventos recientes en mayor medida que los eventos más lejanos en el tiempo, incluso en un mismo día.

Ejemplo: movimiento en las colas de un atasco, si al principio se va muy rápido y al final se hace esperar lo suficiente, el evento más reciente será el que predomine.

Efecto de retrospección de Rosy: Es la tendencia a valorar los eventos pasados más positivamente a cómo los han valorado ellos mismos en el momento en el que los eventos ocurrieron. Un proverbio en latín resume este efecto: memoria praeteritorum bonorum, es decir, 'el pasado siempre se recuerda como mejor'.

Efecto de decimación numérica: Es la tendencia a juzgar la probabilidad de la totalidad como menor que la suma de probabilidad de cada una de las partes.

Ejemplo: se considera menos probable morir de alguna causa natural que morir por un ataque del corazón más la probabilidad de morir de cáncer. Normalmente y de manera inconsciente, la suma de las partes supera a la probabilidad total estimada.

Falacia de la conjunción o la unión: Es la tendencia a asumir que las condiciones locales o específicas unidas son más probables que una general. Sin embargo, matemáticamente la probabilidad de dos eventos ocurriendo juntos (en conjunción) será siempre menor o igual a la probabilidad de uno de ellos ocurriendo solo.

Prejuicios sociales

El **prejuicio social** es tener una opinión o idea acerca de un miembro de un grupo sin realmente conocer al individuo. La antipatía, normalmente, se basa en información pasada y en la experiencia con un individuo en particular.

La extensión de las propias experiencias negativas al caso general se puede considerar como sesgo. La mayor parte de estos prejuicios o sesgos cognitivos están clasificados como sesgos atributivos. Los sesgos atributivos afectan al modo de atribución de acciones. Es decir, afectan al modo en el que se determina quien o que fue responsable de una acción o evento.

Sesgo actor-observador: Es la tendencia a explicar los comportamientos individuales de los demás enfatizando la influencia de su personalidad y desestimar la influencia externa de su situación. Esto va asociado a la tendencia opuesta o actor cuando se observa uno mismo en el que las explicaciones a los propios comportamientos se

realizan enfatizando mi situación personal o agentes externos y desestimando la influencia de la propia personalidad. Este sesgo suele confundirse con el sesgo de correspondencia).

Efecto de sobreatribución, sesgo de correspondencia o error fundamental de atribución: Es la tendencia o disposición de la gente a sobre-dimensionar los motivos personales internos a la hora de explicar un comportamiento observado en otras personas, dando poco peso por el contrario a motivos externos como el role o la situación, para este mismo comportamiento. La gente tiende a obviar los motivos externos y cree más e incluso amplifica los motivos genéticos o de carácter internos. Cuando las personas piensan en sí mismas atribuyen su éxito a una cualidad personal (inteligencia, bondad, fuerza, carácter) y sus fracasos a circunstancias externas (mala suerte, desventaja, manías). Por otro lado, cuando la gente piensa en otros, atribuyen los aciertos de los demás a circunstancias externas (tuvo suerte, tuvo ventaja) y los fallos a debilidades o características internas (tiene mucho carácter, el no es suficientemente fuerte, inteligente).

Efecto Forer (o efecto Barnum, en honor al circense P. T. Barnum): es la tendencia de la gente a dar una alta nota de precisión o a asentir y confirmar la fidelidad de las descripciones que de su personalidad se hagan cuando éstas están hechas a medida y específicamente para ellas. En realidad, estas descripciones de la personalidad son vagas y suficientemente generales como para ser aplicadas a un amplio espectro de la sociedad.

Por ejemplo, los horóscopos, cartas astrales y quiromancia, etc.

Desviación o sesgo egocéntrico: Ocurre cuando las personas se dan más responsabilidad a ellas mismas, por los resultados de una acción conjunta, que un observador externo. Este efecto puede darse tanto para los beneficios como para los errores de una acción.

Efecto de falso consenso: Es la tendencia de algunas personas a sobrestimar el grado en el cual los demás coinciden o están de acuerdo con ellos. Las personas cambian rápidamente sus propias opiniones, creencias y predilecciones para parecer más acordes o en sintonía con el público general. Como los miembros de un grupo alcanzan un consenso y raramente encuentran personas que disientan, tienden a creer que todo el mundo piensa del mismo modo.

Efecto halo: Es la capacidad de un individuo para modificar la percepción o evaluación que los demás tienen de las demás cualidades personales a través de una cualidad específica. Un individuo es capaz de trasladar la percepción que tienen los demás de sus cualidades positivas o negativas desde un área de la personalidad a otra a través de una única capacidad que arrastra a las demás. Véase también Estereotipo de atractivo físico. En breve, una persona que es buena en X es normalmente considerada, con prejuicio, a ser también buena en Y incluso si los dos tópicos no están relacionados, esto es el denominado efecto halo. Muchas marcas comerciales usan el poder de la marca o su efecto halo para vender otros productos.

Ilusión de entendimiento asimétrico: Es un prejuicio que implica el hecho de que la gente percibe su conocimiento de los demás como superior y más preciso al

conocimiento que tienen los demás sobre sí mismos. De igual manera, las personas tienden a creer que se conocen mejor a sí mismas que lo que sus parejas o iguales se conocen a sí mismos o a ellos.

Ilusión de transparencia: Es la tendencia para algunas personas a sobrestimar el grado en el que su estado mental personal es conocido por otros. Este sesgo es similar aunque inverso a la Ilusión de entendimiento asimétrico pero la ilusión de transparencia es más prominente en las personas que tienen una relación personal.

Prejuicio de pertenencia al grupo o prejuicio de socio: Es la tendencia de las personas a tratar de manera preferente a quienes perciben como miembros de su propio grupo.

Fenómeno del mundo justo: Es la tendencia prejuiciosa de algunas personas a percibir que el mundo es justo y por consiguiente las personas reciben lo que se merecen. Esta tendencia también se da en la ilusión de pensar que las personas recibirán con el tiempo lo que se merecen. Estudios muestran que aquellos que creen en un mundo justo tienen más probabilidad a creer que las víctimas violadas han debido comportarse de manera seductora, las mujeres maltratadas tuvieron que merecer los golpes, que las personas enfermas se han causado su enfermedad con sus actos o que los pobres se han buscado su pobreza, todo porque el mundo es justo y pone a cada uno en su sitio. Una versión de esta falacia es la de que el tiempo pone a cada uno en su sitio. El tiempo hace más probable que haya interacciones con esa persona pero no implican que éstas interacciones en un mundo justo vayan a premiarla o condenarla.

Efecto del lago Wobegon o efecto mejor que la media: Es la tendencia humana a describirse de manera halagadora o aduladora, comunicar bondades de sí mismo y pensar que se encuentra por encima de la media en inteligencia, fuerza u otras cualidades. El nombre viene de un pueblo ficticio de una serie de radio A Prairie Home Companion. Véase Efecto superconfianza o Efecto peor que la media.

Prejuicio de etiquetación o prejuicio de clases: Es un tipo de prejuicio cultural que se produce cuando una etiqueta o señal de diferenciación está disponible o es visible para describir algo que introduce una diferencia en nuestra habilidad física, cultural o personal que algunos incluso pueden aprovechar y que no tiene por qué existir. Ej.: «Mi amigo tiene piel negra. Entonces debe tener pelo rizado» o «llevas una camiseta del grupo de rock metálico Metallica, entonces debes ser un metalero». (Véase estereotipos y sesgo de confirmación).

Prejuicio de homogeneidad de los demás: Los individuos ven a los miembros de su grupo como más variados, diferentes y ricos en contrastes que los pertenecientes a otros grupos, los cuales son considerados homogéneos e iguales entre sí.

Sesgo de proyección: Es la tendencia inconsciente a asumir que los demás comparten el mismo o pensamientos, creencias, valores o posturas parecidas a las nuestras.

Sesgo de autoservicio: Es la tendencia de algunas personas a errar en su observación e ignorar pruebas o hechos en contra de la postura que defienden. También reclaman mayor responsabilidad en los aciertos y éxitos que en los errores. Además, en cuanto aparece información ambigua la interpretan de un modo que beneficia sus intereses.

Sesgo de impredecibilidad propia: Es la tendencia de algunas personas a verse ellos mismos como relativamente variables e impredecibles en términos de su personalidad, comportamiento y estado de ánimo mientras que ven el de los demás como mucho más predecible en cualquier situación. Este sesgo atributivo tiene un importante rol en la formación y mantenimiento de los estereotipos y prejuicios.

Profecía autorrealizada: Es una predicción que, de ser realizada o enunciada, realmente causa que esta se convierta en realidad. Véase Pigmalión y Efecto Pigmalión, donde los estudiantes producen mejores resultados por el simple hecho de que eso es lo que se espera de ellos. Véase también Efecto de sujeto expectante o efecto placebo.

http://es.wikipedia.org/wiki/Prejuicios_cognitivos

Doblepensar

Doblepensar (*doublethink* en inglés), es una palabra inventada que aparece en la novela “1984”, de George Orwell, y que forma parte del léxico de la llamada “neolengua”.

Según el propio autor, el doble pensar, como herramienta de dominación, se puede definir de la siguiente manera:

Doblepensar significa el poder, la facultad de sostener dos opiniones contradictorias simultáneamente, dos creencias contrarias albergadas a la vez en la mente. El intelectual del Partido sabe en qué dirección han de ser alterados sus recuerdos; por tanto, sabe que está trucando la realidad; pero al mismo tiempo se satisface a sí mismo por medio del ejercicio del doblepensar en el sentido de que la realidad no queda violada. **Este proceso ha de ser consciente, pues, si no, no se verificaría con la suficiente precisión, pero también tiene que ser inconsciente para que no deje un sentimiento de falsedad y, por tanto, de culpabilidad.** El doblepensar está arraigado en el corazón mismo del Ingsoc, ya que el acto esencial del Partido es el empleo del engaño consciente, conservando a la vez la firmeza de propósito que caracteriza a la auténtica honradez.

Decir mentiras a la vez que se cree sinceramente en ellas, olvidar todo hecho que no convenga recordar, y luego, cuando vuelva a ser necesario, sacarlo del olvido sólo por el tiempo que convenga, **negar la existencia de la realidad objetiva sin dejar ni por un momento de saber que existe esa realidad que se niega...** todo esto es indispensable. Incluso para usar la palabra doblepensar es preciso emplear el doblepensar. Porque para usar la palabra se admite que se están haciendo trampas con la realidad. Mediante un nuevo acto de doblepensar se borra este conocimiento; y así indefinidamente, manteniéndose la mentira siempre unos pasos delante de la verdad. En definitiva, gracias al doblepensar ha sido capaz el Partido —y seguirá siéndolo durante miles de años— de parar el curso de la Historia.

Fragmento del libro ficticio "Teoría y práctica del colectivismo oligárquico" de Emmanuel Goldstein, que el protagonista de la novela, Winston Smith y el lector leen simultáneamente.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Doblepensar>

Trampa 22

La novela de Joseph Heller se trata del caso de un bombardero de las fuerzas aéreas del ejército americano, que desea ser excusado de realizar un vuelo del combate. Para ser excusado de tal deber, tiene que someterse a una diagnosis médica oficial del cirujano de vuelo de su escuadrilla, demostrando que no sirve porque está loco. Según regulaciones del ejército, ninguna persona cuerda querría volar misiones de combate porque son peligrosas. Pidiendo el permiso para no volar misiones de combate, sobre la base de locura, el bombardero demuestra que él, de hecho está cuerdo y por lo tanto está en condición para volar. Inversamente, cualquier aviador que deseara volar en funcionamientos del combate demostraría implícitamente que está loco y es inadecuado para volar y debe ser excusado, y para ser excusado esta persona necesitaría solamente someter una petición. Naturalmente, tales aviadores nunca sometieron tales peticiones. Por supuesto, si lo hicieron, el "catch" (en este contexto mejor traducido como "trampa") se afirmaría, arruinando cualquier tentativa de escaparse de deber del combate.

De acuerdo con esta regla, todo piloto que quiera volar demuestra que no está en sus cabales y debe ser relevado, pero para ello debe enviar una solicitud de revisión. En el momento en que lo hace, la trampa se cierra sobre sí misma y el aviador pasa a ser considerado como cuerdo, puesto que ningún loco presentaría una queja. En definitiva, no hay elección posible ni manera de salir del sistema.

Este tipo de trampas lógicas son más frecuentes de lo que pensamos en la vida real, especialmente en lo referente a trámites burocráticos. En Straightdope citan el ejemplo de un ciudadano australiano que se muda a vivir a EEUU y quiere asegurar su coche. Para ello, la aseguradora le pide que demuestre que es asegurable, lo que implica que debe haber estado asegurado anteriormente en EEUU, de modo que al final no le conceden el seguro porque no tiene un seguro. Un caso parecido se ha dado alguna vez con los inmigrantes, a los que se solicita un permiso de trabajo para trabajar y un trabajo para obtener el permiso de trabajo.

Una encerrona que suele resumirse de esta forma: "si sale cara gano yo, si sale cruz pierdes tú"

[http://es.wikipedia.org/wiki/Catch-22_\(l%C3%B3gica\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Catch-22_(l%C3%B3gica))

Cifras para meditar

Más de la mitad del planeta vive con menos de 2 dólares al día

Fuente: ONU

El
Fin Programado
de
la Democracia

El Poder ya Cambió de Manos

Los verdaderos amos del mundo ya no son los gobiernos, sino los dirigentes de **grupos multinacionales financieros o industriales**, e instituciones internacionales opacas (FMI, Banque mondiale, OCDE, OMC, bancos centrales). Además, estos dirigentes no son elegidos, a pesar del impacto de sus decisiones sobre la vida de los pueblos.

El poder de estas organizaciones se ejerce sobre una dimensión planetaria, siendo que el poder de los Estados está limitado a una dimensión nacional. Por otro lado, el peso e influencia de las empresas transnacionales en el flujo financiero ha sobrepasado al de los estados hace mucho tiempo.

La dimensión transnacional, más ricos que los estados, pero también principales fuentes de financiamiento de partidos políticos de todas las tendencias y en la mayoría de los países, estas organizaciones, de hecho, están por encima de las leyes y del propio poder político, por encima de la democracia.

He aquí una lista de las cifras de ingresos de algunas multinacionales, comparados con el Producto Interno Bruto de diferentes Estados. Esta lista es lo suficientemente ilustrativa sobre el poder planetario que estas empresas están adquiriendo.

Cifras de ingresos o PIB, en Miles de Millones de Dólares Americanos

General Motors	178,2	Singapur	96,3
Dinamarca	161,1	Toyota	95,2
Tailandia	157,3	Israel	92
Ford	153,5	General Electric	90,8
Noruega	153,4	Filipinas	83,1
Mitsui & Co	142,8	IBM	78,5
Polonia	135,7	NTT	77
Africa del Sud	129,1	Axa - UAP	76,9
Mitsubishi	129	Egipto	75,2
Royal Dutch Shell	128,1	Chile	74,3
Itoshu	126,7	Irlanda	72
Arabia Saoudita	125,3	Daimler-Benz	71,5
Exxon (Esso)	122,4	British Petroleum	71,2
Wall Mart	119,3	Venezuela	67,3
Ford	100,1	Groupe Volkswagen	65,3
Grecia	119,1	Nueva Zelandia	65
Finlandia	116,2	Unilever	43,7
Marubeni	11,2	Pakistan	41,9
Sumimoto	109,3	Nestle	38,4
Malaisia	97,5	Sony	34,4
Portugal	97,4	Nigeria	29,6
Las 5 firmas más grandes	526,1		
Medio Oriente y África del norte	454,5		
Asia del Sur	297,4		
Africa Sub-Saharan	269,9		

Cifras 1999, excepto cifras en *itálico* que son de 1992

Fuentes: Banco Mundial (*World Development Report 1998-1999*), *Forbes*, *The Nation*, Institut de recherche des Nations Unies pour le développement social (*States of Disarray*, Ginebra, 1995), [Courier International](#), [Le Monde Diplomatique](#)

Sugerencia:

Ver Documental: “La Corporación” de Jennifer Abbott y Mark Achbar

http://es.wikipedia.org/wiki/La_corporaci%C3%B3n

El Espejismo Democrático

Una suspensión proclamada de la democracia habría provocado una revolución. Es por eso, se ha decidido de mantener una democracia de fachada o ilusoria, y de desplazar el poder real hacia nuevos centros. Los ciudadanos continúan a votar, pero su voto ha sido vaciado de todo contenido real. Se **vota por políticos que no tienen poder real.**

No tenemos la elección del plato pero tenemos elección de la salsa. El plato se llama "nueva esclavitud", con salsa de derecha pimentada o salsa de izquierda agri-dulce

Sugerencia:

Ver Película: “Su distinguida señoría” (1992) de Jonathan Lynn (comedia)

Estrategias y Objetivos para Controlar el Mundo

Los responsables del poder económico provienen casi todos del mismo mundo, de los mismos ambientes sociales. Ellos se conocen, se encuentran y comparten los mismos puntos de vista y los mismos intereses. Ellos comparten entonces de forma totalmente natural la misma visión del mundo ideal a futuro. Es por ello "natural" que ellos se pongan de acuerdo sobre una estrategia sincronizando sus respectivas acciones hacia objetivos comunes, induciendo, a la vez, situaciones económicas favorables a la realización de sus objetivos.

Sugerencia:

Ver Documentales: “Zeitgeist” + “Zeitgeist Addendum” de Peter Joseph

[http://es.wikipedia.org/wiki/Zeitgeist_\(pel%C3%ADcula\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Zeitgeist_(pel%C3%ADcula))

Leyes Concebidas para no ser Aplicadas

Una aplicación típica de este principio es de aprobar una ley que responde a las expectativas de los ciudadanos y que se orienta en sentido del interés general: protección de las libertades y de los derechos individuales, protección ecológica, protección del consumidor, legislación del trabajo y derechos de los asalariados, etc. **Pero en la práctica, los medios financieros y humanos asignados para la aplicación de la ley son intencional y ampliamente insuficientes.**

2 Mundos

Existen 2 ordenes, 2 sistemas de valores. Uno oficial, destinado al buen pueblo. El otro, oficioso, destinado a los miembros de las clases dirigentes

El primer orden, el oficialmente proclamado, se aplica al "mundo de abajo": el público, los ciudadanos ordinarios.

El segundo orden, el que realmente rige la sociedad, se aplica al "mundo de arriba": los poseedores del poder económico y las organizaciones.

A unos, se les inculca el respeto de la naturaleza, el respeto hacia el prójimo, la tolerancia, la gentileza y la generosidad. Para los otros, queda claro que la gentileza es sinónima de estupidez, y la generosidad es una prueba de ingenuidad. En cuanto al respeto de la naturaleza y de los individuos, estos solo deben ser tomados en cuenta en los raros casos en los cuales no entran en contradicción con el máximo provecho o lucro.

Fuente: <http://www.syti.net/ES/index.php>

Cifras para meditar

Las 225 personas las más ricas disponen de una fortuna equivalente al ingreso anual acumulado del 47% del total de individuos más pobres del planeta.

Sería suficiente menos de 4% de la riqueza acumulada de estas 225 más grandes fortunas mundiales (avaluado en más de 1.000 Billones de dólares) para dar a **toda la población del planeta** acceso a las necesidades básicas y acceso a los servicios elementales: salud, educación, alimentación.

Fuente: ONU-PNUD 1998

La Manipulación a través del Lenguaje

El tirano domina a los pueblos reduciendo las comunidades a meras masas menguando la capacidad creadora de cada una de las personas que constituyen tales comunidades.

Rebajar a una persona del nivel que le corresponde es una forma de manipulación agresiva que engendra los diferentes modos de violencia que registra la sociedad actual. **La principal tarea de los manipuladores consiste en ocultar la violencia bajo el velo seductor del fomento de las libertades.**

Escoge de manera sesgada un acontecimiento o situación y se inventa todo lo demás, manipulando a su antojo los datos de la realidad. Amplifica perversamente la repercusión del hecho aislado, inventando supuestos perjuicios y supuestas víctimas de este hecho, inflando e inventando y **situándose como primera víctima de ellas.** A fuerza de repetir la acusación y manipular la información, el manipulador consigue que se tengan como verídicas sus acusaciones.

¿Quién manipula?

Manipula el que quiere vencernos sin convencernos, seducirnos para que aceptemos lo que nos ofrece sin darnos razones. El manipulador no habla a nuestra inteligencia, no respeta nuestra libertad; actúa astutamente sobre nuestros centros de decisión a fin de arrastrarnos a tomar las decisiones que favorecen sus propósitos.

¿Cómo se manipula?

El tirano no lo tiene fácil en una democracia. Quiere dominar al pueblo, y debe hacerlo de forma dolosa para que el pueblo no lo advierta, pues lo que prometen los gobernantes en una democracia es, ante todo, libertad. En las dictaduras se promete eficacia, a costa de las libertades. En las democracias se prometen cotas nunca alcanzadas de libertad aunque sea a costa de la eficacia.

¿Qué medios tiene en su mano el tirano para someter al pueblo mientras lo convence de que es más libre que nunca? Ese medio es el lenguaje.

El lenguaje es el mayor don que posee el hombre, pero el más arriesgado. Es ambivalente: el lenguaje puede ser tierno o cruel, amable o displicente, difusor de la verdad o propalador de la mentira. El lenguaje ofrece posibilidades para descubrir en común la verdad, y facilita recursos para tergiversar las cosas y sembrar la confusión. Con sólo conocer tales recursos y manejarlos hábilmente, una persona poco preparada pero astuta puede dominar fácilmente a personas y pueblos enteros si éstos no están sobre aviso.

Para comprender el poder seductor del lenguaje manipulador debemos estudiar cuatro puntos: los términos, los esquemas, los planteamientos y los procedimientos.

A) Los Términos

El lenguaje crea palabras, y en cada época de la historia algunas de ellas se cargan de un prestigio especial de forma que nadie osa ponerlas en tela de juicio. Son **palabras "talisman"** que parecen condensar en sí todas las excelencias de la vida humana. Una de las principales palabras talismán de nuestra época es **libertad.**

- 1) El manipulador nunca demuestra nada, da por supuesto lo que le conviene.
- 2) El manipulador saca amplio partido de este poder de los términos talismán. Sabe que, al introducirlos en un discurso, el pueblo queda intimidado, no ejerce su poder crítico, acepta ingenuamente lo que se le proponga.

La primera ley del demagogo es no matizar el lenguaje

El demagogo, el tirano, el que desea conquistar el poder por la vía rápida de la manipulación opera con **extrema celeridad** para no dar tiempo a pensar y someter a reflexión detenida cada uno de los temas.

Para ello no se detiene nunca a matizar los conceptos y justificar lo que afirma; lo da todo por consabido y lo expone con términos ambiguos, faltos de precisión. Ello le permite destacar en cada momento el aspecto de los conceptos que le interesa para su fines. Toda forma de manipulación es una especie de malabarismo intelectual. Un mago, un ilusionista hace trueques sorprendentes y al parecer "mágicos" porque realiza movimientos muy rápidos que el público no percibe. El demagogo procede, asimismo, con meditada precipitación, a fin de que las multitudes no adviertan sus trucos intelectuales y acepten como posibles los escamoteos más inverosímiles de conceptos. Cuando subraya un aspecto, lo hace como si fuera el único, como si todo el alcance de un concepto se limitara a esa vertiente. De esa forma evita que las gentes a las que se dirige tengan suficientes elementos de juicio para clarificar las cuestiones por sí mismas y hacerse una idea serena y bien aquilatada de las cuestiones tratadas. Al no poder profundizar en una cuestión, el hombre está predispuesto a dejarse arrastrar.

B) Los Esquemas Mentales

Del mal uso de los términos se deriva una interpretación errónea de los esquemas que vertebran nuestra vida mental. Cuando pensamos, hablamos y escribimos, estamos siendo guiados por ciertos pares de términos: libertad-norma, dentro-fuera, autonomía-heteronomía... Si pensamos que estos esquemas son dilemas, de forma que debemos escoger entre uno u otro de los términos que los constituyen, no podremos realizar en la vida ninguna actividad creativa.

La herramienta para nuestra evolución personal es la creatividad

C) Los Planteamientos Estratégicos

Con los términos del lenguaje se plantean las grandes cuestiones de la vida. Debemos tener máximo cuidado con los planteamientos. Si aceptas un planteamiento, vas a donde te lleven.

D) Los Procedimientos Estratégicos

Hay diversos medios para dominar al pueblo sin que éste se dé cuenta. Pongamos un ejemplo; en él yo no miento pero manipulo. Tres personas hablan mal de una cuarta, y yo le cuento a ésta exactamente lo que me han dicho, pero altero un poco el lenguaje. En vez de decir que tales personas en concreto han dicho esto, indico que lo dice la gente. **Paso del singular al colectivo.** Con ello no sólo le infundo miedo a esa persona sino angustia, que es un sentimiento mucho más difuso y penoso.

El miedo es temor ante algo adverso que te hace frente de manera abierta y te permite tomar medidas. La angustia es un miedo envolvente. No sabes a dónde acudir. ¿Dónde está la gente que te ataca con su maledicencia? La gente es una realidad anónima, envolvente, a modo de niebla que te bloquea. Te sientes angustiado.

Tal angustia es provocada por el fenómeno sociológico del rumor, que suele ser tan poderoso como cobarde debido a su anonimato. "Se dice que tal ministro realizó una evasión de capitales". ¿Quién lo dice? La gente, es decir, nadie concreto y potencialmente todos.

Otra forma oblicua, sesgada, subrepticia, de vencer al pueblo sin preocuparse de convencerlo es la de repetir una vez y otra, a través de los medios de comunicación, ideas o imágenes cargadas de intención ideológica.
--

No se entra en cuestión, no se demuestra nada, no se va al fondo de los problemas. Sencillamente se lanzan proclamas, se hacen afirmaciones contundentes, se propagan eslóganes a modo de sentencias cargadas de sabiduría.

Este bombardeo diario configura la opinión pública, porque la gente acaba tomando lo que se afirma como lo que todos piensan, como aquello de que todos hablan, como lo que se lleva, lo actual, lo normal, lo que hace norma y se impone.

Una de las metas del demagogo es anular, de una forma u otra, a quienes pueden descubrir sus trampas, sus trucos de ilusionista. Según Anatole France, "una necesidad repetida por muchas bocas no deja de ser una necesidad". Ciertamente, mil mentiras no hacen una sola verdad...

Pero

Una mentira o una media verdad repetida por un medio poderoso de comunicación se convierte en una verdad de hecho
--

Extractos de: "La Manipulación del Hombre a través del Lenguaje" de Alfonso López Quintás. Extraído de [mobbing.nu](http://www.acosomoral.org/manipulaleng.htm)

<http://www.acosomoral.org/manipulaleng.htm>

“El futuro pertenece a quienes creen en la belleza de sus sueños.”

Eleanor Roosevelt

Antídoto

Contra

la Manipulación

La práctica de la manipulación altera la salud espiritual de personas y grupos. ¿Poseen éstos defensas naturales contra ese virus invasor? ¿Cabe poner en juego un antídoto contra la manipulación demagógica? Actualmente, es imposible de hecho reducir el alcance de los medios de comunicación o someterlos a un control eficaz de calidad. **No hay más defensa fiable que una debida preparación por parte de cada ciudadano.** Tal preparación abarca los siguientes puntos básicos:

Estar Alerta

Conocer en pormenor los ardides de la manipulación

Conociendo las técnicas y objetivos del control de masas, puedes convertir tu mirada, en una “mirada crítica”. Raspa la superficie de las cosas para ver que hay debajo, cual es su verdadera intención. No te conformes con la realidad que te muestran. Parte de la base que todo es mentira y comprueba que NO LO ES.

Conforma tu propia realidad por medio de tus actos y decisiones diarias.

Evita que te ideoticen con programas populistas. Contrasta las noticias en diferentes medios. Evita los medios generalistas en la medida que puedas. Busca la información en medios independientes de canales alternativos. Evita ver y/o escuchar publicidad. No dejes que te digan lo que tienes que hacer. Huelga a la publicidad. Desactiva el sonido o bajar el volumen de la Televisión cuando la publicidad se difunde.

Acción: Comprueba y contrasta la veracidad del mundo que te muestran

Pensar con Rigor

Un pueblo que no cultive el arte de pensar está en manos de los manipuladores

Saber utilizar el lenguaje con precisión, plantear bien las cuestiones, desarrollarlas con lógica, no cometer saltos en el vacío. Pensar con rigor es un arte que debemos cultivar. El que piensa con rigor es difícilmente manipulable.

Acción: Invierte tiempo y recursos en tu propia formación intelectual.

STOP al Consumismo

Las compras innecesarias son la base del sistema

Dejar de consumir cosas superfluas. Consumir lo necesario, boicoteando sistemáticamente los productos de las grandes empresas, en particular, cuando se trata de productos fabricados por esclavos en las fabricas "relocalizadas" en el tercer mundo.

El sistema capitalista se basa en el dinero, es el ladrillo que lo construye. Tú con "tus ladrillos" tienes el poder para decidir qué quieres construir. Puedes premiar las empresas e iniciativas que se comprometan con el bien de sus semejantes y respeten la naturaleza y a los animales, o por el contrario, puedes seguir premiando a un sistema corrupto que envilece a la especie humana. Cada vez que gastas un dólar en una empresa corrupta estás ayudando al sistema y dando tu beneplácito. Te conviertes en un zombie sin criterio que se deja lobotomizar por las marcas comerciales. Por comodidad, por hábito, por lo que sea... sigues siendo una oveja. Si actúas sin criterio no eres más que una oveja en un rebaño, te guste o no, es lo que eres.

Acción: Consumo selectivo.

Vivir Creativamente

Se comienza a ser libre cuando se puede elegir entre diversas posibilidades que te permitan desarrollar tu personalidad de modo creativo

Lo más valioso de la vida sólo se aprende de verdad cuando se vive. Vivir no se reduce a tener aguante. Aguantar es la tarea de muros y columnas. El hombre está llamado a algo más alto, a ser creativo, a ir creando en cada momento lo que se prometió crear.

Siendo generoso, no reduzco cuanto me rodea a medio para mis fines. Yo soy un centro de iniciativa, pero tú también. Por eso te respeto en lo que eres y en lo que estas llamado a ser. Este respeto me lleva a colaborar contigo, no a dominarte. Colaborar es entreverar mis posibilidades con las tuyas.

Al encontrarme, me desarrollo como persona y siento alegría. Esta alegría, en su grado máximo, se llama entusiasmo. A mí me entusiasma encontrarme con realidades que me ofrecen tantas posibilidades de actuar creativamente que me elevan a lo mejor de mí mismo. Cuando me siento cercano a la realización de mi vocación más profunda, experimento una gran felicidad interior. Esta felicidad me lleva a la edificación de mi personalidad, de la mía y de la de quienes se han encontrado conmigo.

Acción: Descubre tu verdadera vocación explorando tu personalidad de manera creativa.

Compromiso

Implícate en el mundo inmediato que te rodea
--

En términos generales se trata de una implicación en el mundo que te rodea, en el mundo “inmediato” que te rodea. Ayuda a la gente de tu misma calle, barrio o ciudad haciendo un frente común ante las injusticias y atropellos de poder. La unión hace la fuerza. Implícate en Asociaciones de vecinos, amas de casa, de consumidores, ONG, etc. Colabora en movimientos que consideres que ayudan al progreso y al bienestar general.

Acción: Colabora a crear el mundo.

“Todos quieren cambiar el mundo, pero nadie piensa en cambiarse a sí mismo”

Leon Tolstoi

Para cambiar el mundo, debes empezar por ti mismo.

ANEXO

Estado Alpha

El Estado Alfa es una condición que se adquiere cuando el cerebro emite una mayor frecuencia de ondas cerebrales llamadas alfa. Habitualmente, en sus actividades diarias, una persona entra en un ritmo acelerado y desordenado conocido como Beta.

El **estado alfa** se produce cuando nuestro cerebro funciona entre los 7,5 a 14 ciclos por segundo. Cuando "funcionamos" en dicho estado, **nos situamos entre la frontera de lo consciente y lo inconsciente**. Es la puerta entre ambos estados de conciencia y esto hace al "estado alfa" por tanto un estado muy especial ¿por qué? Porque nos permite, por un lado, seguir teniendo una actividad consciente de nuestro pensamiento y cuerpo, es decir, nos damos cuenta de lo que pensamos y sucede a nuestro alrededor. Pero por otro lado, al estar el "ascensor" de la conciencia en los "pisos bajos" de la mente, nos permite acceder a la información y estados propios del subconsciente, pudiendo aprovechar todo el caudal de ese 90% de "potencia" mental que reside en lo subconsciente.

Podríamos decir que al entrar en alfa volvemos al estado de gran receptividad que tiene un niño de 4 a 6 años de edad. Ellos funcionan principalmente en este ritmo y por eso es que todas las cosas les son novedosas y las captan fácil y rápidamente. Es la etapa de la vida en que más se aprende.

Dicho estado es un "estar a gusto" en paz y felicidad interior, en relajación profunda. **Aumenta mucho la capacidad de sugestión y autosugestión**, esto es, cualquier cosa que nos sugieran en alfa, será más fácilmente admitida y con menos "filtros" por parte de nuestra racionalidad consciente. Esto lo sabían muy bien los sacerdotes egipcios y de toda la antigüedad, o la propia Iglesia Católica... mediante el uso de inciensos y oraciones, canciones monocordes (como el gregoriano) o la música de órgano en especial, **(que produce unas frecuencias en hertzios muy similares al estado alfa)**, hacían que cualquier idea, sugerencia o sermón, fuese fácilmente adoptado y "plantado" a nivel subconsciente en los fieles que los escuchaban.

La música es un efficacísimo instrumento de sugestión y de producción de estado alfa... de hecho muchos instrumentos producen vibraciones próximas a dicha frecuencia. De ahí que con relativa facilidad, muchas personas se queden dormidas en los conciertos o sencillamente se sientan "trasladadas" por la música a otra dimensión. Si les pusiéramos un electroencefalógrafo, la mayoría de los asistentes a un concierto en un auditorium estarían funcionando en alfa o zeta. La contemplación del mar, el vaivén de las olas y el sonido que éstas producen... son un buen inductor del estado alfa. **El tono de voz de ciertas personas, también...**

Cosas como la música, la oración, los aromas, cierto tipo de imágenes (especialmente de la naturaleza, determinados tipos de pintura, símbolos o los propios mandalas tibetanos...) tienen como objetivo ponernos en este estado especial de la mente, que nos hace tocar nuestro interior más profundo y llegar a la "zona espiritual" del ser humano.

CUADRO ONDAS-FRECUENCIAS CEREBRALES

ONDA	Estado de conciencia	Comportamiento	Substancias que intervienen	LAS PRODUCE
C O N S C I E N T E ⇓ I N C O N S C I E N T E	GAMMA 30a40 c/sg	Estados histéricos y de pérdida del control de la propia personalidad. Agresividad. Pánico, estados de miedo, cólera, huida, terror o ansiedad desbordada.	Adrenalina y cortido asteroides. STH hormona somato tropa.	Ruidos fuertes y horribles, insultos, situaciones tensas o de pánico, crisis, noticias terribles, enfados fuertes, agresiones físicas o psicológicas, etc.
	BETA 14a30 c/sg	Razonamiento lógico, recuerdos automáticos, conversaciones habituales, autoconsciencia. La mayoría del tiempo de vigilia transcurre en beta, pues es su estado por antonomasia.	Adrenalina moderada y otras muy generalizadas.	Estados de vigilia normal. Estados de concentración en el trabajo, el estudio, lectura, viendo la TV. En general estados de atención consciente rutinarios.
	ALPHA 7,5a14 c/sg	Podría decirse que están en medio del "consciente" y el "inconsciente". Prroduce imaginación y lucidez creadora, mayor memoria, asimilación y capacidad de estudio. Mejor rendimiento en el deporte. Ideal para proyectar autosugestiones y comportamientos. Relajación mental y muscular.	Endorfinas y catecolaminas determinadas. Artificialmente con psicofármacos y relajantes.	Estados de relajación activa (provocada) o pasiva (espontánea). Ingestión de sustancias psicotrópicas o hipnóticas y sedantes. Estados de oración y meditación. Relajación muscular y pensamiento "en blanco".
	THETA 3,5a7,5 c/sg	Estados de imaginación espontánea. Estados oníricos, ensoñación, fantasías alucinantes, La realidad se abstrae y la mente "vuela" sola. Es el camino del sueño superficial al sueño profundo. Sus características son muy parecidas a la frecuencia alpha solo que más pronunciadas. Total relajación física y mental.	Endorfinas y catecolaminas determinadas. Artificialmente con psicofármacos y relajantes.	Estados de meditación profunda. Yoga, meditación, música, situaciones de gran calma y relax, audición de músicas armónicas, etc. Toma de drogas psicoactivas.
	DELTA 0a3,5 c/sg	Sueño profundo. Sueños oníricos. Estados de reacondicionamiento físico. Reestructuración física y mental. Aproximadamente su culmen dura unos 90 minutos en la fase de sueño nocturno. Es el sueño profundo. Esta frecuencia es la más desconocida.	Las propias del sueño profundo. Se pueden generar con psicofármacos y somníferos.	Sueño profundo. Sueño nocturno. Cansancio físico y mental. Aquí actúan a pleno rendimiento las partes más internas y profundas del cerebro.

<http://www.hispamap.net/ondas.htm>