

ALBA CORDERO GÓMEZ

JUAN ALFONSO CRUZADO CARDONA

TÉCNICAS DE MANIPULACIÓN USADAS POR CASANOVA

La seducción. ¿Qué sabemos acerca de la seducción? Sabemos, a duras penas, que tiene algún tipo de relación con las relaciones personales, con la atracción física, sexual, personal...Solemos catalogar a algunas personas de “seductores natos”, mientras que a otros los catalogamos simplemente como “todo lo contrario”, pero... ¿hasta qué punto conocemos de qué se trata realmente el juego de la seducción? ¿cuáles son sus reglas, recomendaciones, tipos?..

En ocasiones creemos que la seducción es un fenómeno complejo, una capacidad con la que cuentan algunas personas afortunadas y una capacidad de la que carecen la gran mayoría del resto, pero, ¿no es posible que realmente mitifiquemos la seducción? ¿Debemos seguir la idea de que “el arte seducción” es algo con lo que uno nace? o por el contrario ¿se hace?

Creemos que en la seducción no solo intervienen características personales o físicas propias del individuo (una forma de ser carismática, una mirada interesante, una bonita sonrisa...) creemos que hay muchas más cosas que van relacionadas con la seducción y que sí que pueden ser potenciadas en cada persona, pues...¿de qué está formada la seducción? ¿No hay gran parte de ella que se debe a la persuasión? E incluso (por alarmante que pueda sonar) ¿a la manipulación?

El tema de la seducción es un tema entretenido, interesante para la gran mayoría de las personas, puesto que quién más y quién menos ha tenido experiencias relacionadas con ella. ¿Quién no ha sido alguna vez seducido? ¿Quién no ha intentado y en ocasiones conseguido seducir a esa persona que nos gusta? Es por ello por lo que nuestro trabajo se va a centrar en quizás una de las partes más desconocidas de la seducción, en aquella que tiene que ver con las técnicas de manipulación que pueden ser utilizadas no solo para seducir a una persona en el ámbito del amor como tal (entre un hombre y una mujer que se atraen, por ejemplo) sino también técnicas de manipulación que utilizamos en nuestra vida cotidiana, en nuestro día a día, con nuestros amigos, familiares, jefes, compañeros de clase e incluso profesores... Muchas de estas técnicas de manipulación son utilizadas inconscientemente y otras de ellas pueden ser potenciadas tras su estudio.

Sin darnos cuenta, diariamente somos sometidos a manipulación allá donde vamos: supermercados, en la cola de secretaria, cafeterías... incluso en nuestra propia casa. Si nos paramos a pensar, seguramente podamos destacar muchos momentos del día en el que alguna técnica de manipulación nos es aplicada, no solo en el ámbito del comercio (como en los supermercados) sino también en el ámbito de las relaciones interpersonales (compromisos, favores...).

A lo largo de la historia ha habido grandes seductores, como por ejemplo Casanova. ¿Era Casanova un seductor nato o innato? O ¿era también un digno consumidor de técnicas de manipulación y persuasión?

Durante nuestro trabajo hablaremos de algunas de las técnicas de manipulación más comúnmente utilizadas y también estudiadas por algunas ramas de la psicología, como la psicología social e intentaremos identificar algunas de estas modernas técnicas en la

forma de actuar del conocido Casanova, ¿podría ya Casanova en su época utilizar este tipo de técnicas o similares? o como hemos dicho anteriormente ¿se trataba de un talento no preparado o estudiado de antemano?

MANIPULACIÓN.

¿Cómo inducir a alguien a hacer lo que se desea que haga? Esta pregunta es tan vieja como el mundo y afecta prácticamente a toda la población y en muy diferentes ámbitos.

La manipulación se trata en la mayoría de los casos de un comportamiento consciente y planeado, aunque puede haber en este comportamiento gran cantidad de motivación inconsciente. Los mecanismos sobre la manipulación son prácticamente infinitos. El papel del manipulador es bastante complejo y envuelve cantidad de factores que serían casi imposibles de explicar por separado. Muchos métodos y mecanismos aparecen de forma conjunta, combinados...aunque cada persona los utiliza de diferente forma. La manipulación no es un fenómeno homogéneo. Algunas veces, las capacidades y complejidades de las operaciones que se llevan a cabo en una manipulación acaparan gran admiración por parte de sus observadores dada su complejidad y la cantidad de estrategias llevadas a cabo para ello, (Harvey R. St. Clair, 1966).

Desde hace varios años las técnicas de manipulación están muy presentes en nuestra sociedad y en nuestra cultura. Hace muchos años que se empezó a hablar de ellas, pero es actualmente cuando están tomando un gran impulso, mediante la aparición de nuevas técnicas y por el aumento de su uso, impulsado por un mayor desarrollo de

algunos sectores en el que son altamente demandadas como en el mundo de los negocios (marketing, la publicidad, comercio, management...), la educación (lucha contra el fracaso escolar) o el de las acciones al servicio de las grandes causas sociales (prevención, salud, lucha contra los accidentes de tráfico, ahorro energético, reinserción de personas en paro...).

A pesar de su eficacia, estas técnicas, así como las teorías que en ellas subyacen, no son del agrado de todo el mundo. No corresponden con la imagen de ser humano que transmiten los valores dominantes de esta época supuestamente del fin de las ideologías. ¿Acaso no se trata de técnicas de manipulación, en la medida en que, utilizando unos medios indirectos, pretendemos que la otra persona haga por iniciativa propia lo que queremos que haga?, (Beauvois and Joule, 2008).

ALGUNAS TÉCNICAS DE MANIPULACIÓN:

En la psicología social experimental se hace frecuentemente una observación que a todas luces tiene un valor general. Se trata de la importancia de la *sensación de libertad*. Lo individuos empujados por las circunstancias a realizar un comportamiento contrario a sus actitudes racionalizan dicho comportamiento adoptando a posterior posiciones susceptibles de justificarlo. Pero ello solo es cierto si dichos individuos han actuado en un contexto de libertad y, por consiguiente, si tienen la sensación de haber decidido personal y libremente su comportamiento. La literatura científica nos ofrece numerosísimos ejemplos en los que personas que experimentan una sensación de libertad al emitir una conducta determinada posteriormente se comportarán – pero también creerán o pensarán- de un modo diferente que otras personas que hayan emitido

la misma conducta aunque sin experimentar esa misma sensación de libertad, (Beauvois and Joule, 2008).

❖ **Teoría del compromiso.**

Charles Kiesler (1971) señala que el compromiso es sencillamente, para él, el vínculo que existe entre el individuo y sus actos. Solo los actos nos comprometen. No nos comprometen nuestras ideas ni nuestros sentimientos, lo que en cierto modo está “en nuestra cabeza”, sino nuestras conductas efectivas, es decir, unas actuaciones que otras personas pueden o podrían ver. El compromiso del individuo por tanto variará y se manipulará a través de la naturaleza privado o pública del acto, partiendo de la base de que es más comprometedor hacer algo bajo la mirada de una tercera persona, o después de hacer revelado la propia identidad, que hacerlo sin que nadie nos vea o de manera anónima. Otra forma de manipular el compromiso consiste en crear grados diversos de la sensación de libertad que acompaña al acto que el individuo se dispone a realizar. Es posible crear variaciones de esta sensación de diferentes maneras. La más clásica y la menos comprometedora consiste en recurrir al lenguaje y en decir a algunas personas que son totalmente libres de hacer, o de no hacer, lo que deseamos que hagan, o en decir, o insinuar, a otras que, por el contrario, no tienen más remedio que pasar por el aro. Este uso del lenguaje crea las variaciones esperadas de la sensación de libertad (allí donde unas personas creen haber actuado libremente, a otras les parece que han actuado bajo presión) sin por ello crear – y no faltan pruebas de este hecho- variaciones en el plano comportamental; en efecto, los sujetos considerados “libres” en este contexto no

se conducen de forma diferente de aquellos calificados de “obligados”, (Beauvois and Joule, 2008).

❖ **Técnica del pie en la puerta.**

Se presiona al sujeto para que emita un comportamiento preparatorio no problemático y poco costoso (el porcentaje de sujetos que aceptan con toda libertad emitirlo siempre es, en las investigaciones, particularmente elevado, muy cercano al 100%), evidentemente en un contexto de libre elección y, por consiguiente, en circunstancias que facilitan el compromiso. Una vez conseguido este compromiso preparatorio, al sujeto se le dirige una petición explícita, invitándolo a emitir una nueva conducta, esta vez más costosa y que tenía escasas probabilidades de emitir de manera espontánea. De hecho, se tratan de conductas que sin un compromiso preparatorio suelen ser rechazadas por la mayoría de las personas, (Beauvois and Joule, 2008).

¿Cómo llevar a cabo un buen pie-en-la-puerta? La primera cuestión que hay que tener en cuenta es la importancia, o también el coste, del comportamiento preparatorio que se debe conseguir que emita. Puede ir desde un acto tan insignificante como la entrega de unos cuantos euros hasta un acto tan costoso como convertirse en aval de un crédito bancario, (Beauvois and Joule, 2008).

Es de sentido común que una petición demasiado grande podría serle rechazada, y ello teniendo en cuenta que, para hacer bien las cosas, se debe conseguir la aceptación de la persona en un clima de entera libertad. Por el contrario, se supone también que un comportamiento preparatorio demasiado insignificante podría no conducir a los efectos

de perseveración esperados. Hace falta por supuesto un mínimo de compromiso, (Beauvois and Joule, 2008).

❖ **Técnica del portazo en las narices.**

Se trata de formular una petición demasiado importante para que se pueda aceptar antes de formular la petición que se refiere al comportamiento esperado, una petición de menor importancia, corresponde a una nueva estrategia de manipulación: *la estrategia de la puerta-en-las-narices*; la estrategia en cuestión se basa en un rechazo inicial, de ahí su nombre.

Para ser más precisos, su principio consiste en pedirle primero a alguien que nos haga un favor muy importante, demasiado importante como para que se preste a hacerlo, antes de requerirle un segundo favor cuyo coste es menor. En realidad esta estrategia no es ninguna novedad. Nos puede recordar a las prácticas del “regateo”, probablemente tan viejas como el propio comercio, cuya lógica consiste en hacer una primera proposición exorbitante antes de formular una segunda proposición que no lo es, o que lo es menos, (Beauvois and Joule, 2008).

Si empezamos por pedirle a otra persona un favor desorbitado cuyo rechazo está cantado y luego pasamos a una petición menor, dicha persona probablemente sienta una presión normativa que la incite a responder a nuestra concesión mediante una concesión por su parte. En la medida en que la situación es tal que la respuesta de la otra persona a nuestra petición implica fatalmente una elección dicotómica –sí o no-, la única opción que tiene que tiene dicha persona para hacer gala de reciprocidad consiste en pasar de una posición de inicial de rechazo a una posición de aceptación. Así, dando la impresión de que abandonamos nuestra posición inicial, sería posible inducir a otra persona a

aceptar la petición que deseábamos que aceptara desde el principio, (Beauvois and Joule, 2008).

¿Cómo llevar a cabo un buen portazo-en-las-narices? Hay que tener muy en cuenta la importancia de la petición inicial ¿es necesario que el favor sea muy costoso? Sí, cuanto más mejor. Lo importante no es que la primera petición sea rechazada, sino que sea considerada demasiado costosa. No hay que dudar, hay que hacer una petición costosa. Otro consejo es que tanto la primera como la segunda petición (la más costosa y la menos costosa) correspondan a un mismo proyecto, que estén vinculadas a una misma causa, que su diferencia solo sea el coste que suponen a la persona que realice el “favor”. El intervalo adecuado entre una petición y otra debe ser lo más breve posible. Si el tiempo que pasa es mayor de un día, resulta casi imposible obtener un efecto de puerta-en-las-narices, (Beauvois and Joule, 2008).

❖ **Técnica del etiquetado**

La “técnica del etiquetado”, otro tipo de técnica de manipulación. El etiquetado se refiere a explicaciones internas que son propias de la personas. Se ha demostrado que los etiquetados, son más útiles que la persuasión. Cuando hablamos de etiquetado, nos referimos a ponerle una etiqueta a una persona, es decir, si a un niño desde pequeño le pones la etiqueta de que es un niño limpio y ordenado, tendremos más probabilidad de que el niño no tire los papeles al suelo, comparado con otros a los que no se les pone ningún tipo de etiqueta, (Beauvois and Joule, 2008).

Es una técnica muy útil para orientar el comportamiento de personas maduras y responsables.

MANIPULACIÓN Y CASANOVA

Casanova, era un personaje italiano conocido notablemente por sus conquistas amorosas. Se le consideraba todo un galán y tenía fama de poder conseguir a la mujer que quisiera. Pero, ¿hasta qué punto era consciente Casanova de sus capacidades?, ¿era un manipulador nato o solo aprovechaba las situaciones en las que se veía envuelto? Lo que está claro es que Casanova, en su biografía, critica a los “seductores de profesión”, por lo cual puede que él mismo no se considerase “seductor” o que considerándose, no fuese “profesionalmente hablando”, es decir, que él seducía y era seducido por gusto, por placer, no para vivir de ello (aunque obviamente, aceptado o no por él, era su base de vida). Una de las afirmaciones más memorables de Casanova es: *“siempre he seducido sin saber hacerlo y siendo seducido a mi vez”*.

Pero nuestro protagonista, consciente o inconscientemente, ya utilizaba en su época métodos de seducción y manipulación, algunos de estos últimos han sido explicados anteriormente, por lo que a continuación nos dispondremos a explicar, mediante ejemplos obtenidos de la obra de Casanova, como él utilizaba (quizás aún sin conocerlos) técnicas y métodos de seducción que a día de hoy siguen siendo muy efectivos.

La *sensación de libertad*, la cual hemos explicado antes, está siempre vigente en las conquistas de Casanova. Esta sensación es lo que llevaba a las mujeres a sentirse cómodas y seguras con él, por lo que se le hacía más fácil la conquista. Las mujeres sienten que son ellas quienes están tomando las decisiones basándose en lo que ellas desean, sin influencias de ningún tipo, simplemente siguiendo sus deseos y pensamientos, pero en muchísimos momentos esto no es cierto, están influidas por la

“manipulación” de Casanova y simplemente tienen una **“sensación de libertad”** que es en muchas ocasiones básica para llevar a cabo la manipulación (para que no se den cuenta de que están siendo manipuladas, que parezca que todo fluye normalmente, que actúan como quieren y cuando quieren).

Un ejemplo claro de esta sensación se palpa cuando conoce a dos jóvenes monjas, Armellina, y Emilia. Ambas estaban en un convento pero como Casanova le prometió a la madre superiora casarlas, ésta las dejaba de ir y venir. El escapar del convento con un hombre que le proporciona todo tipo de lujos y diversión, es un claro ejemplo de la sensación de libertad de las chicas ya que ellas tienen la sensación de que han decidido por sí mismas.

Otra táctica de manipulación que Casanova utiliza en sus conquistas, es la del **“pie en la puerta”**.

Uno de los momentos donde se aprecia esta táctica, es de nuevo con las dos chicas de las que hemos hablado antes. Se encontraba Casanova con Armellina y Emilia, y Casanova propuso un juego inocente, al cual las chicas no se opusieron en absoluto ya que era un juego. Se trataba de pasarse ostras de boca en boca; la finalidad de este juego es obvia, ya que Casanova estaba enamorado de Armellina. Cuando le tocó el turno a Armellina, la ostra se resbaló y cayó en sus pechos. Entonces Casanova propuso recoger con su boca él mismo la ostra y Armellina cedió.

Aquí tenemos claramente la táctica del **pie en la puerta**. Casanova propone a la chica un juego, al cual ella cede, pero cuando la ostra cae en sus pechos y la cosa se pone más interesante, tiene que continuar ya que ha aceptado la primera vez a jugar. Un comportamiento preparatorio para facilitar el posterior compromiso.

Otra buena táctica, descrita anteriormente, es la del **“portazo en las narices”**. Seguimos con la historia de Casanova y de las dos jóvenes mojas. Cuando terminó el “juego de las ostras”, para intentar intimar aún más con las chicas, comenzó a comparar los muslos de una con los muslos de la otra. Propuso tocar a cada una de ellas para poder apreciar la diferencia de ambos. Pero por aquel entonces no estaba bien visto ver más allá de la rodilla a una mujer, por lo que las chicas se sintieron ofendidas y le dijeron que no, porque él las miraría (por encima de las rodillas). Entonces Casanova afirmó rotundamente que no lo haría pero ellas no se fiaron y le vendaron los ojos y éste pudo tocar a ambas chicas, incluso más arriba de lo que debía.

Aquí podemos analizar una mezcla de tácticas de manipulación. Por un lado, tenemos **“el portazo en las narices”**, cuando las chicas primeramente se niegan en rotundo a enseñar sus piernas más allá de lo que debían pero luego acceden a la opción de hacerlo con los ojos vendados y de esta forma Casanova se sale con la suya. Una petición demasiado elevada (tocar y ver por encima de las rodillas), conlleva proponer y aceptar realizar una más pequeña (hacerlo con los ojos tapados y que es de agrado para el manipulador).

Por otro lado, tenemos de nuevo el **“pie en la puerta”**, ya que una vez que Casanova toca el muslo de las chicas, ellas han accedido de primeras, por lo que no ponen pegas cuando éste sube más de la cuenta.

Son varias las ocasiones en las que Casanova utiliza el **pie en la puerta**, pero también es objeto de este tipo de técnicas, como es el caso que vamos a contar. Pasado un tiempo de las historias puestas como ejemplos anteriormente, nuestro protagonista se encuentra en Montpellier para buscar a una amante que tuvo tiempo atrás. La encuentra

y ésta la invita a cenar a su casa con su marido. Una vez que ya habían cenado, la mujer le invita a quedarse un par de días más para disfrutar del carnaval y poder cenar con toda la familia. Desbaratando todos sus planes, Casanova accede.

Este es otro claro ejemplo de **pie en la puerta**, pero esta vez es nuestro protagonista el que lo sufre. Primero accede a una cena, que es un coste bajo, y una vez aceptado, accede también a la segunda petición mucho más costosa ya que rompe su intención de partir a la mañana siguiente. Pero, como dice la **teoría del compromiso**, “son nuestros actos los que nos comprometen, ni nuestras ideas, ni nuestros sentimientos”.

Por lo que podemos observar, estas técnicas de manipulación son bastante eficaces, ya tenían efecto por aquel entonces y siguen teniendo efecto ahora. Quizás antes sin nombre o sin instrucciones para llevarlas a cabo (como si existe ahora) pero sí con similar ejecución y obteniendo el mismo resultado.

En los tiempos que corren actualmente, el **contacto físico**, modifica nuestros juicios y nuestros humores. En la época de Casanova, no se usaba el contacto físico como método de manipulación o seducción ya que estaba más restringido que hoy en día.

Podemos hablar de algún caso en el que sorprendentemente no es Casanova el manipulador, ya que utilizan esta técnica contra él y se convierte en el “manipulado”. Se encontraba en Barcelona, conoció a una mujer de gran carácter, llamada Nina, la cual ofreció a Casanova la oportunidad de ir a comer a su casa. A la vez que realizaba la petición, la chica apoyó su mano sobre la de Casanova y este aceptó.

Está comprobado que el contacto físico hace modificar nuestros juicios. Si la chica no hubiese tocado a Casanova, este quizás podría haber rechazado la invitación, pero al tocarle, inconscientemente, ya no había marcha atrás, él se sintió en la necesidad de aceptar la invitación.

Existe una técnica de manipulación muy útil para orientar el comportamiento de personas responsables. Se denomina la **técnica del etiquetado**, que suele ser más efectiva que la persuasión. La explicaremos con el siguiente ejemplo.

Estaba un día Casanova en el teatro con Armellina (una de las monjas de las que hablamos anteriormente, de la cual estaba enamorado), cuando un joven comienza a hablar con ella y a intentar seducir a la chica lanzándole piropos. Cuando el chico se marcha, Armellina le pregunta a Casanova si debería sentirse halagada por los piropos del joven. Este le contesta que una chica de su clase social, no debería sentirse alagada por semejante galantería, que ella estaba por encima de ello. Entonces, solo por un momento, consigue que la chica no piense en el joven. Utiliza la etiqueta de “clase alta” para que la chica no se fije en el chico, al igual que cuando se le dice a un niño pequeño que es limpio (etiqueta) y por ello no tira papeles al suelo.

Para terminar, decir que quizás no nos queda claro si Casanova era consciente de que la gran mayoría de sus triunfos (sean con mujeres, sean con dinero, o de diversa índole) fueron debido a su gran habilidad de manipulación. Quizás solo se aprovechaba de las situaciones (que en muchas ocasiones le venían rodadas) o es que quizás, realmente, siempre tenía un plan y le funcionaba casi siempre de forma exitosa.

Lo que sí está claro es que lo hiciese intencionadamente o no, cuando conquistaba a una mujer, siempre la trataba como un auténtico caballero y siempre las

dejaba a buen recaudo cuando se despedía de ellas. No trataba a la mujer como un objeto, sino como personas por las que sintió algo especial en un momento de su vida, y ahí está la gran diferencia en ser un “seductor profesional” y un Casanova.

CONCLUSIÓN.

Nuestra intención con este trabajo era mostrar de forma general qué es la manipulación y de qué forma ésta está presente en nuestra vida mucho más a menudo de lo que nosotros pensamos.

Hemos podido comprobar cómo en nuestro día a día somos sometidos a múltiples situaciones que, de alguna manera, se han llevado a cabo con alguna técnica o estrategia de manipulación. Puede que nunca antes hubiésemos pensado que tal vez hemos sido manipulados por algún amigo o familiar cuando hemos accedido a hacerles algún favor, o cuando hemos colaborado con alguna asociación, ONG...o cuando hemos hecho ciertas concesiones a nuestra pareja.

Además, hemos analizado cómo, hace muchísimos años, una figura tan conocida como Casanova, seductor nato, famoso por sus múltiples relaciones sentimentales, capacidad de manipulación...utilizaba en ocasiones, ya por entonces, técnicas de manipulación. No podemos asegurar si utilizaba estas técnicas consciente o inconscientemente, pero lo que sí podemos asegurar es que algunas de ellas guardan gran similitud con técnicas que aparecen con nombre propio hoy en día. ¡Deben ser muy eficaces estas técnicas! ¿Cómo es posible que años atrás sigamos utilizando en

ocasiones las mismas estrategias de manipulación y persuasión que utilizó en su día Casanova?

El mundo de la manipulación, la persuasión, la convicción...es un tema muy interesante que además, está siendo actualmente bastante desarrollado gracias al auge que tiene en nuestra sociedad, cultura y economía la publicidad, el marketing, la moda, las nuevas tecnologías...y no solo en estos ámbitos, sino también a nivel psicológico es fascinante tratar de conocer cómo se las ingenia el ser humano para intentar influir en la conducta de los otros.

REFERENCIAS:

- Beauvois, J.L & Joule, R.V. (2008). *Pequeño tratado de manipulación para gente de bien*. Madrid: Pirámide.
- St. Clair, H.R, (1966). Manipulation, *Comprehensive Psychiatry*, 7, 248-258.