



CUNAdeseS presenta

Manual de Desprogramación

Julio 2026

Nota preliminar

El siguiente documento aparece como resultado de una interacción que **CUNAdese** mantuvo con la plataforma de inteligencia artificial *perplexity*. A partir del artículo *Plaga de Mentirosos V* (<https://cunadeases.com/2025/06/09/plaga-de-mentirosos-v/>) propusimos 3 autores para abordar los temas expuestos, y que el robotito navegue en torno a una temática sensible que puede ayudarnos a reflexionar y a actuar en consecuencia. Esperemos sea un puntapié útil para el debate orgánico.

Apuntes para quien usa este informe

Este informe puede usarse:

- Como base para talleres en clubes, hinchadas o equipos de trabajo.
- Como guía para análisis de noticias y consignas en espacios internos.
- Como texto de referencia para quienes quieren construir narrativas propias.

Algunas recomendaciones para usarlo:

1. **No leerlo como un texto cerrado.**
Usarlo como punto de partida para discutir, adaptar y mejorar según el contexto.
2. **Trabajar los ejercicios en grupo.**
Las herramientas son más útiles cuando se practican en espacios de encuentro, no solo individualmente.
3. **Conectar con la realidad del club.**
Cada ejercicio puede adaptarse a casos reales del club: campañas, noticias, rumores, decisiones.
4. **Devolverlo a la comunidad.**
Compartirlo con socios, hinchas, equipos, para que la resistencia cognitiva sea colectiva, no individual.

Este informe no busca convertir a nadie en experto en manipulación. Busca devolver a la gente la capacidad de pensar, de imaginar, de construir un futuro propio.

Es tiempo de dejar de devorar sueños.

Es tiempo de empezar a construirlos.

Es tiempo de seguir Luchando por **Newell's**.

Introducción

Hay algo que ya no podemos negar: vivimos en la época de la posverdad. No es una idea abstracta, es una experiencia cotidiana para cualquier institución, cualquier club, cualquier empresa que haya visto cómo las narrativas instaladas por operadores mediáticos y redes de poder se han convertido en la “opinión general”, incluso cuando no hay datos que las sostengan. La verdad no se discute; se reemplaza. Y en ese reemplazo, la imaginación colectiva se erosiona: ¿qué proyecto queremos? ¿qué futuro es posible? ¿qué queremos ser como **Newell's**?

Este informe no es un texto académico. Es una herramienta práctica para socios, hinchas, equipos de trabajo e instituciones que no tienen un departamento de comunicación, pero que saben que algo les está instalado en la cabeza y quieren saber si es propio o no. Su objetivo es ayudar a desafiar la identidad de nuestras percepciones prefabricadas: esas que no son nuestras, pero que las consideramos como propias.

Para eso, nos apoyamos en tres autores fundamentales:

- **Edward Bernays**, en *Propaganda*, nos muestra cómo la opinión pública puede ser manipulada mediante mitos instalados, apelación a la pasión y al prejuicio, y cómo la propaganda no busca informar, sino inducir actitudes y acciones.
- **John Nolan**, en *Confidencial*, nos enseña las técnicas de inteligencia competitiva, elicitación y contrainformación: cómo se extrae información de fuentes internas, cómo se usan conversaciones “casuales” para instalar narrativas, y cómo protegerse de esas operaciones.
- **Chase Hughes**, en *Manual de Operaciones de Comportamiento*, nos ofrece un sistema operativo de la conducta humana: control de marcos, modelo FATE (Focus, Authority, Tribe, Emotion – Foco, Autoridad, Tribu, Emoción), el concepto de “autor” como alguien que mantiene el control de su estado interno frente a operaciones externas, y la vigilancia ética de la mente.

Los seis capítulos de este informe están contruidos sobre los seis puntos que ya habíamos planteado en el artículo *Plaga de Mentirosos V*:

1. Posverdad y erosión de la imaginación.
2. Operadores mediáticos, medios y zombis digitales.
3. Angustia, miedo y cacería de brujas internas.
4. Pensamiento dirigido y condición de pensamiento.
5. Estupidez, menticidio y control mental.
6. Futuro, pertenencia y lucha reconstruida.

En cada capítulo, esos puntos no son solo descripciones; son mapas de la operación. Y los conceptos de los tres autores sugeridos, son herramientas para desarticular esa operación que padecemos.

No buscamos convertirnos en expertos en manipulación. Buscamos recuperar la capacidad de pensar, de imaginar, de construir un futuro propio. Buscamos que la frase “*el club ya no es de los socios*” no sea un mito aceptado, sino una idea que se pueda cuestionar, desmontar y reemplazar por otra: “*el club puede volver a ser de los socios, si nosotros lo hacemos ser*”.

Esto es un llamado a la resistencia cognitiva. No con armas, no con violencia, sino con claridad, con preguntas, con datos, con pertenencia.

Es tiempo de seguir Luchando por **Newell's**.

Capítulo 1

Posverdad y erosión de la imaginación

“Ya nada importa. Atravesamos el tiempo de la posverdad... devorando sueños”.

Esta frase no es solo un título. Es una descripción de lo que muchas instituciones, incluidos los clubes, han vivido en los últimos años. La posverdad no es simplemente “*mentira*”. Es un sistema en el cual la verdad ya no se busca, sino que se reemplaza por narrativas útiles a poderes externos o internos. Y en ese sistema, la imaginación colectiva se erosiona: ¿qué queremos como club? ¿qué proyecto es posible? ¿qué futuro es deseable?

1.1. La posverdad como mecanismo de control

La posverdad opera como un mecanismo de control porque sustituye la pregunta “¿*qué es verdad?*” por la pregunta “¿*qué narrativa es más útil?*”. En un club, esto se ve cuando:

- Se dice “*hoy ya nadie cree en nada*” y por eso “*no hay proyecto*”.
- Se repite “*todos son corruptos*”, “*todos son cómplices*” sin distinguir entre casos concretos y generalizaciones.
- Se usa “*ya no hay confianza*” para cerrar discusiones, en lugar de abrir procesos de verificación.

El efecto no es solo descrédito. Es pérdida de capacidad de imaginación. Si “*ya nada importa*”, entonces no sirve imaginar un futuro diferente. Y en ese desierto, la institución se vuelve manejable por quienes controlan la narrativa.

1.2. Bernays: el mito y su perpetuación

Edward Bernays, en *Propaganda*, nos muestra cómo la propaganda no solo informa, sino que perpetúa mitos, mentiras o desinformación (información errónea) mucho después de que la verdad se olvida. Para Bernays, el mito se instala cuando se repite sin preguntar su origen y ni su función.

Un ejemplo clásico en el contexto de un club podría ser:

“Los hinchas ya no se interesan”.

Esto se repite tanto que se considera “evidente”. Pero es un mito. Porque no hay datos de entradas, asistencia a eventos, participación en actividades, etc. El mito funciona porque:

- Se repite sin contexto.
- No se pregunta quién lo dijo primero.
- No se analiza qué interés representa.

Para Bernays, la propaganda apela a la pasión y al prejuicio, y por eso se considera engañoso. No busca que la gente reflexione, sino que actúe según la narrativa instalada. En un club, esto puede significar:

- Usar imágenes emotivas para justificar decisiones sin datos.
- Apelación a la “historia” para cerrar discusiones.
- Repetir “*no tiene sentido*”, “*esto ya se hizo*” para evitar proyectos.

1.3. Hughes: sistema neurológico de valores impuestos

Chase Hughes, en *Manual de Operaciones de Comportamiento*, nos explica que los valores se “programan” en comunidades: prioridades, límites de tolerancia, qué es “normal”. La gente acepta como propios valores instalados por otros.

En un club, esto se ve cuando:

- “*Es normal que la comisión haga lo que quiera*” se convierte en valor interno.
- “*Es normal que no haya transparencia*” se acepta como norma.
- “*Es normal que no participemos*” se vive como “*no hay nada que hacer*”.

Hughes habla de que la mente inquisitiva nunca se conforma con una enumeración de hechos; crea teorías según sus propios sesgos y prejuicios. Los operadores diseñan narrativas que se alinean con esos sesgos para que la gente las acepte como “suyas”.

Ejemplo:

Si ya hay una creencia previa de “*corrupción*”, cualquier acusación se acepta sin datos.
Si ya hay una creencia previa de “*salvadores*”, cualquier propuesta se acepta sin análisis.

1.4. Nolan: inteligencia de la posverdad

John Nolan, en *Confidencial*, desarrolla cómo los operadores usan rumores como “inteligencia”. La elicitación sirve para extraer información de fuentes internas, pero también para sembrar narrativas que luego se presentan como “opinión general”.

En un club, esto puede verse en:

- Conversaciones en pasillos: “*ya todos dicen que el presidente es corrupto*”.
- Uso de “*socios informales*” para instalar versiones.
- “*Solo quiero saber tu opinión*” para sondear redes internas.

Nolan nos enseña que la contrainformación es: detectar quién extrae información y cómo bloquearlo. En un club, esto se traduce en:

- No hablar bajo presión.
- No compartir datos sensibles con terceros desconocidos.
- Verificar antes de repetir.

1.5. Herramientas para desafiar la identidad de las percepciones

Para desafiar la identidad de nuestras percepciones prefabricadas, proponemos dos ejercicios prácticos:

Ejercicio 1: Desmontar el mito

Tomar un mito instalado (por ejemplo: “*los hinchas ya no se interesan*”) y en una hoja escribir:

- **Mito:** ¿Qué se dice?
- **Origen:** ¿Quién lo dijo primero?
- **Función:** ¿Qué interés representa?
- **Efecto:** ¿Qué deja de hacer el club por eso?

Este ejercicio permite:

- Identificar el mito como algo externo, no como “verdad natural”.
- Reconocer qué intereses hay detrás.

- Visualizar qué proyectos se dejan a un lado por ese mito.

Ejercicio 2: Lectura crítica de la narrativa

Para cualquier noticia o consigna, preguntar:

- ¿Qué se dice?
- ¿Qué se omite?
- ¿Qué se repite sin datos?

Esto permite:

- No aceptar la narrativa como propia sin análisis.
- Identificar lo que falta.
- Construir una lectura propia, basada en datos.

Capítulo 2

Operadores mediáticos, medios y zombis digitales

“Los medios de comunicación y sus operadores. La prensa y sus mercenarios. Las redes de poder y su ejército de zombis digitales”.

Esta oración no es solo una lista de enemigos. Es una anatomía de la operación. Habla de personas que profesionalizan la instalación de narrativas, de medios que actúan como brazos de esos operadores, y de redes que, sin pensar, repiten lo que instaló el sistema.

En un club, en una empresa, en una institución pequeña, esto se ve todos los días:

- Campañas en redes que repiten 20 veces la misma acusación sin datos.
- “Zombis digitales”: cuentas que comparten sin leer, sin preguntar.
- “Opinión general” que en realidad es obra de unos pocos.

Este capítulo busca que el lector pueda:

- Identificar qué es una operación mediática.
- Reconocer sus mecanismos: presión por cansancio, bombardeo emocional, estocada final.
- Aplicar herramientas para desarticular operaciones.

2.1. Anatomía de la operación mediática

Un operador no es simplemente alguien que “*dice cosas*”. Es alguien que tiene como profesión la instalación de narrativas. Tiene objetivos claros: debilitar, distraer, desmoralizar, o imponer una versión.

En un club, esto se ve cuando:

- Se repite una acusación sin nombrar fuentes.
- Se usa “*todos saben*” para dar autoridad.
- Se apela a emociones extremas: miedo, culpa, indignación.

Los mecanismos típicos son:

- **Presión por cansancio:** repetir tanto que la gente se desconecta.
- **Bombardeo histerizante:** muchas noticias en poco tiempo, sin tiempo para pensar.
- **Estocada final:** cuando la gente ya está cansada, se lanza la versión definitiva.

El efecto no es solo descrédito. Es fatiga. Y la fatiga hace que la gente no reflexione, no pregunte, y al final del día, no actúe ni se comprometa.

2.2. Bernays: la nueva propaganda y la ingeniería social

Edward Bernays, en *Propaganda*, nos muestra que la propaganda no busca informar, sino inducir actitudes y acciones. La propaganda apela a la pasión y al prejuicio, y por eso se considera engañosa.

En un club, esto se ve cuando:

- Se usan “*expertos*” sin nombre para dar autoridad.
- Se usan estadísticas sin contexto para justificar decisiones.
- Se apela a la “*historia*” o a la “*tradición*” para cerrar la discusión.

Para Bernays, los laboratorios de ingeniería social son “*fábricas*” de mitos institucionalizados. Estos mitos luego se presentan como “opinión general”.

Un ejemplo:

“*El club ya no es de los socios*”. Esto no se verifica. Se repite. Y se instala como “natural”.

2.3. Hughes: marco de influencia y control de marcos

Chase Hughes, en *Manual de Operaciones de Comportamiento*, explica el modelo FATE (Focus, Authority, Tribe, Emotion – Foco, Autoridad, Tribu, Emoción) como estructura que explica cómo se programan las respuestas colectivas.

En un club, esto se ve cuando:

- **Focus/Foco:** se centra la atención en un solo tema (ej. “corrupción”) y se omite todo lo demás.
- **Authority/Autoridad:** se usa “*todos saben*” o “*expertos*” para dar autoridad sin nombre, sin posibilidad de verificación.
- **Tribe/Tribu:** se usa “*nosotros vs ellos*” para generar pertenencia.
- **Emotion/Emoción:** se apela a emociones extremas para que la gente no reflexione.

Hughes también habla de control de los encuadres o marcos: quién define la “realidad” en una conversación o en una campaña mediática. Si alguien define que “*ya no hay futuro*”, entonces el futuro desaparece. Si alguien define que “*nadie cree en nada*”, entonces la confianza desaparece.

El operador controla el encuadre. Y si el marco está controlado, la gente no puede pensar.

2.4. Nolan: elipsis de información y contrainteligencia

John Nolan, en *Confidencial*, muestra cómo los operadores usan elicitación para extraer información de fuentes internas, pero también para sembrar narrativas que luego se presentan como “opinión general”.

En un club, esto se ve cuando:

- “*Me pregunto por qué votaron así*” para extraer votos.
- “*Solo quiero saber tu opinión*” para sondear redes internas.
- Uso de “*socios informales*” para instalar versiones.

Nolan nos enseña que la contrainformación es: detectar quién extrae información y cómo bloquearlo. En un club, esto se traduce en:

- No hablar bajo presión.
- No compartir datos sensibles con terceros desconocidos.
- Verificar antes de repetir.

2.5. Herramientas para desarticular operaciones

Para desarticular operaciones, proponemos dos ejercicios prácticos:

Ejercicio 1: Lista de señales de alarma

Crear una lista personal o grupal de señales de alarma de una operación mediática:

- Repetición sin datos.
- Apelación emocional extrema.
- Generalizaciones (“todos”, “nadie”).
- Uso de “expertos” sin nombre.
- Uso de estadísticas sin contexto.

Cuando aparece una noticia o consigna, se pregunta: ¿qué señales hay? ¿es una operación?

Ejercicio 2: Desconexión informativa

Proponer periodos de desconexión:

- 3 días sin redes.
- Leer fuentes alternativas.
- Verificar con datos reales antes de repetir.

Esto permite:

- Recuperar la capacidad de pensar.
- No ser arrastrado por el bombardeo.
- Construir una lectura propia.

Capítulo 3

Angustia, miedo y cacería de brujas internas

“El sentimiento que aflora en una institución devastada es la angustia. El miedo a exponerse irrumpe en la escena”.

Esta oración no es solo una descripción. Es una señal de que la operación ha llegado al nivel emocional. La angustia y el miedo no son solo sentimientos. Son mecanismos de control.

En un club, en una empresa, en una institución pequeña, esto se ve todos los días:

- Se ataca a actores intrascendentes mientras se ignora la estructura de poder.
- Se usa “*todos son corruptos*” para no exigir nada concreto.
- Se genera culpa para que la gente no reflexione.

Este capítulo busca que el lector pueda:

- Identificar qué es la angustia como sometimiento.
- Reconocer los mecanismos de la cacería de brujas.
- Aplicar herramientas para recuperar la capacidad de pensar.

3.1. La angustia como sometimiento

La angustia no es solo un sentimiento. Es un mecanismo de sometimiento y control. Cuando la gente está angustiada, no piensa, no reflexiona, no trabaja. Solo reacciona.

En un club, esto se ve cuando:

- Se ataca a *fusibles* mientras la estructura de poder es completamente ignorada.
- Se usa “*todos son iguales*” para no exigir nada concreto.
- Se genera miedo o culpa para que la gente no reflexione.

La cacería de brujas es un mecanismo de descarga de frustración sin tocar a los “peces gordos”. Se ataca a quien es visible, no a quien es poderoso.

3.2. Sargent / Meerloo y Bernays: ansiedad, culpa y conflicto de lealtades

Sargent y Meerloo, citados en el artículo, mencionan que la ansiedad, la culpa real o imaginaria y el conflicto de lealtades son técnicas para provocar el colapso deseado. Bernays, en *Propaganda*, sostiene que la propaganda intensifica estos mecanismos para perpetuar el mito.

En un club, esto se ve cuando:

- “*Si no apoyas esto, te elimino de la lista de socios/protocolos*”.
- “*Si no opinas así, no sos de **Newell's***”.
- Se usa “*lealtad*” para controlar, no para construir.

La culpa y el conflicto de lealtades son mecanismos que hacen que la gente no reflexione, no pregunte, no actúe. La presión conduce a la inacción general.

3.3. Hughes: colapso del control interno

Chase Hughes, en *Manual de Operaciones de Comportamiento*, explica que el estrés prolongado reduce el control de la persona sobre su propio estado y la hace más manipulable. Hughes habla del “autor” como alguien que mantiene el control de su estado interno frente a operaciones externas.

En un club, esto se ve cuando:

- Personas que después de días de campaña se vuelven agresivas sin estrategia.
- Hinchas que bajan los brazos porque “*ya no hay nada que hacer*”.

El “autor” es quien logra mantener calma y no se desmorona. El “no autor” es quien se desmorona y se convierte en parte de la operación.

3.4. Nolan: protección de fuentes internas

John Nolan, en *Confidencial*, describe que la angustia hace vulnerable a las personas para extraer información. La contrainformación es: detectar quién la extrae y cómo bloquearlo.

En un club, esto se ve cuando:

- Dirigentes que entregan datos económicos por miedo.
- Socios que revelan nombres de aliados bajo amenaza/presión.

Nolan nos enseña que la protección de fuentes internas es:

- No hablar bajo presión.
- No compartir datos sensibles con agentes ajenos al Club.
- No repetir por inercia, verificar siempre antes de repetir.

3.5. Herramientas para recuperar la capacidad de pensar

Para recuperar la capacidad de pensar, proponemos dos ejercicios prácticos:

Ejercicio 1: Regulación emocional básica

Proponer técnicas de regulación emocional:

- Pausa de 3 minutos antes de responder.
- Respiración y desconexión temporal.
- No hablar bajo presión.

Esto permite:

- Recuperar el control interno.
- No ser arrastrado por la angustia.
- Construir una respuesta propia.

Ejercicio 2: Reflexión estructurada en grupo

Proponer espacios de reflexión estructurada:

- ¿Qué dice la noticia?
- ¿Qué datos tiene?
- ¿Qué intereses hay?

Esto permite:

- No aceptar la narrativa como propia sin análisis.
- Identificar lo que falta.
- Construir una lectura propia, basada en datos.

Capítulo 4

Pensamiento dirigido y condición de pensamiento

“Imponer una posición. Bombardear con consignas. Repetir hasta el cansancio”.

Esta secuencia no es solo una descripción. Es una mecánica operativa. La operación no solo instala narrativas; instala modos de pensar. No se busca que la gente acepte una posición, sino que la acepte sin pensar, sin preguntar, sin analizar.

En un club, en una empresa, en una institución pequeña, esto se ve todos los días:

- Se repite *“ya no hay futuro”* hasta que se acepta como verdad.
- Se repite *“nadie puede hacer nada”* hasta que la gente se agota y se va.
- Se repite *“todos son ladrones”* hasta que la confianza desaparece.

Este capítulo busca que el lector pueda:

- Identificar qué es el pensamiento condicionado.
- Reconocer los mecanismos: repetición, pasión, prejuicio, sesgos.
- Aplicar herramientas para recuperar el pensamiento propio.

4.1. Condicionamiento por repetición

La repetición sin verificación crea “*ideas propias*” que en realidad son instaladas. La mente no distingue entre lo que piensa y lo que repite. Si se repite mucho, se acepta como propio. Esa *idea propia* es una fachada de la artificialidad con la que fue implantada.

En un club, esto se ve cuando:

- “*El club ya no es club*” se repite hasta que se acepta.
- “*El club no tiene solución*” se acepta como verdad.
- “*Ya no hay confianza*” se vive como “*no hay nada que hacer*”.

El efecto no es solo descrédito. Es pérdida de capacidad de pensar. Si “*ya no hay futuro*”, entonces no sirve imaginar un futuro diferente.

4.2. Bernays: apelación a la pasión y al prejuicio

Edward Bernays, en *Propaganda*, nos muestra que la propaganda apela a la pasión y al prejuicio, y por eso se considera engañosa. La propaganda no busca que la gente reflexione, sino que actúe según la narrativa instalada.

En un club, esto se ve cuando:

- Se usan imágenes emotivas para justificar decisiones sin datos.
- Se apela a la “historia” o la “tradición” para cerrar discusiones.
- Se repite “*no hay caso*”, “*estamos condenados*” para evitar proyectos.

Para Bernays, la propaganda no informa; induce actitudes y acciones. Y si la gente actúa según la narrativa, no reflexiona.

4.3. Hughes: sesgos, prejuicios y construcción de teoría

Chase Hughes, en *Manual de Operaciones de Comportamiento*, explica que la mente inquisitiva nunca se conforma con una enumeración de hechos; crea teorías según sus propios sesgos y prejuicios. Los operadores diseñan narrativas que se alinean con esos sesgos para que la gente las acepte como “*propias*”.

En un club, esto se ve cuando:

- Si ya hay una creencia previa de “*corrupción*”, cualquier acusación se acepta sin datos.
- Si ya hay una creencia previa de “*salvadores*”, cualquier propuesta se acepta sin análisis.

- Si ya hay una creencia previa de “*nada se puede hacer*”, cualquier proyecto se desecha.

Hughes habla de que los sesgos y prejuicios son mecanismos que hacen que la gente no reflexione, no pregunte, no actúe.

4.4. Nolan: uso estratégico de la elicitación reforzada

John Nolan, en *Confidencial*, expone cómo se usan conversaciones “casuales” para reforzar consignas y anclar ideas en la fuente. La técnica de “*apilamiento*” de temas es: ir de macro a micro y volver a macro, para que la fuente solo recuerde lo inocuo.

En un club, esto se ve cuando:

- “¿Qué opinas del presidente?” → “¿Sabías que X hizo Y?” → “¿Crees que hay corrupción general?”
- “Esto es solo para saber tu opinión” para instalar versiones.
- Conversaciones que empiezan con un tema inocuo y terminan con una narrativa instalada.

Nolan nos enseña que la elicitación reforzada es: usar conversaciones para anclar ideas, no solo para extraer información.

4.5. Herramientas para recuperar el pensamiento propio

Para recuperar el pensamiento propio, proponemos dos ejercicios prácticos:

Ejercicio 1: Des-consigna (triturar consignas)

Tomar una consigna instalada (por ejemplo: “*el Club no tiene solución*”) y preguntar:

- ¿Qué dice?
- ¿Qué omite?
- ¿Qué interés representa?

Esto permite:

- Identificar la consigna como algo externo, no como “verdad natural”.
- Reconocer qué intereses hay detrás.
- Visualizar qué proyectos se desechan debido a esa consigna.

Ejercicio 2: Plantilla de análisis de discursos

Para cualquier noticia o consigna, usar una plantilla:

- Datos.

- Actores.
- Intereses.
- Efectos.

Esto permite:

- No aceptar la narrativa como propia sin análisis.
- Identificar lo que falta.
- Construir una lectura propia, basada en datos.

Capítulo 5

Estupidez, mentecidismo y control mental

“La estupidez como herramienta totalitaria de dominación mental”.

Esta frase no es solo una descripción. Es una denuncia. La estupidez no es solo falta de conocimiento. Es una herramienta de control. Cuando se reduce el debate, se empoderan las versiones simplificadas. Cuando se rechaza la reflexión, se aceptan las versiones pre-digeridas, masticadas por otros.

En un club, en una empresa, en una institución pequeña, esto se ve todos los días:

- Se dice *“no discutamos, solo obedecemos”* como norma.
- Se dice *“ya se sabe todo”* como cierre.
- Se excluye a quienes *“piensan demasiado”*.

Este capítulo busca que el lector pueda:

- Identificar qué es la estupidez como herramienta de control.
- Reconocer los mecanismos: mentecidismo, caos mental, confusión verbal.
- Aplicar herramientas para desprogramarse.

5.1. Empoderar la estupidez

La reducción de ámbitos de debate y la imposición de posiciones *“masticadas”* empodera la estupidez como herramienta de control. El rechazo a la reflexión profunda y la aceptación de versiones pre-digeridas es el objetivo.

En un club, esto se ve cuando:

- *“Obedecemos sin discutir”* se convierte en norma.

- “Ya se sabe todo” se usa para cerrar discusiones.
- Se excluye a quienes “*piensan demasiado*” como personas problemáticas.

El efecto no es solo estancamiento. Es pérdida de capacidad de imaginar. Si “*ya se sabe todo*”, entonces no sirve imaginar algo diferente.

5.2. Meerloo y Bernays: menticidio y caos mental

Meerloo, citado en el artículo, explica que el menticidio es la destrucción de esperanza, anticipación y creencia en el futuro. Bernays, en *Propaganda*, nos muestra que la propaganda intensifica estos mecanismos para perpetuar el mito.

En un club, esto se ve cuando:

- “*No hay futuro para el club*” se repite como verdad.
- Uso de términos confusos para que nadie entienda nada.
- Se bombardea para que en el “*caos mental*” la gente no reflexione.

El menticidio no es solo destrucción de esperanza. Es destrucción de la capacidad de imaginar. Si no hay futuro, entonces no sirve imaginar, no sirve proyectarnos hacia el futuro que deseamos.

5.3. Hughes: vigilancia de la mente y responsabilización

Chase Hughes, en *Manual de Operaciones de Comportamiento*, explica que hay necesidad de reconocer los métodos de violación de la integridad humana para corregirlos sistemáticamente. Hughes habla del “autor” como responsable de proteger su mente frente a intervenciones sutiles.

En un club, esto se ve cuando:

- Reconocer cuándo alguien intenta “*programar*” emociones.
- Poner límites a discursos que buscan destruir la esperanza.
- El “autor” es quien protege su mente frente a operaciones.

Hughes nos enseña que la vigilancia de la mente es: reconocer los métodos de violación y corregirlos.

5.4. Nolan: contrainformación en el contexto institucional

John Nolan, en *Confidencial*, explica cómo detectar quién intenta instalar versiones simplificadas o falsas dentro de un club o empresa. La contrainformación es evitar que la información interna sea usada para generar confusión y desgaste.

En un club, esto se ve cuando:

- Uso de memorias internas para lanzar versiones externas.
- Manipulación de datos económicos para crear miedo.
- Se usa información interna para generar confusión.

Nolan nos enseña que la contrainformación es: detectar quién intenta instalar versiones y cómo bloquearlo.

5.5. Herramientas para desprogramarse

Para desprogramarse, proponemos dos ejercicios prácticos:

Ejercicio 1: Nombres correctos

Identificar conceptos con precisión:

- Lavado de cerebro.
- Control mental.
- Menticidio.

Usar estos nombres para reconocer operaciones. Esto permite:

- Identificar la operación como algo externo, no como “verdad natural”.
- Reconocer qué mecanismos hay detrás.
- Visualizar qué proyectos se desechan producto de esa operación.

Ejercicio 2: Lectura con preguntas

Para cualquier noticia o consigna, preguntar:

- ¿Qué quieren que sienta?
- ¿Qué quieren que haga?
- ¿Qué quiero yo hacer?

Esto permite:

- No aceptar la narrativa como propia sin análisis.
- Identificar lo que quieren.
- Construir una respuesta propia, basada en deseos propios.

Capítulo 6

Futuro, pertenencia y lucha reconstruida

*“El Futuro nos pertenece... Es tiempo de seguir LUCHANDO POR **NEWELL’S**”.*

Esa frase no es solo un cierre emotivo. Es una propuesta política y práctica. Frente a la operación que busca aislar, desmoralizar y destruir la imaginación, la respuesta no es la resignación. Es la construcción de un futuro común, propio, que brota desde la pertenencia y desde la lucha organizada.

En un club, en una empresa, en una institución pequeña, esto se ve cuando:

- Se pasa de “*ya no hay nada que hacer*” a “*vamos a construir algo*”.
- Se pasa del aislamiento (“*yo solo*”) a la pertenencia (“*somos de **Newell’s***”).
- Se pasa de la indignación sin dirección a acciones concretas con objetivos claros.

Este capítulo busca que el lector pueda:

- Entender la pertenencia como antídoto frente al aislamiento.
- Reconocer que el futuro puede ser construido, no solo aceptado.
- Aplicar herramientas para construir un futuro propio.

6.1. Del aislamiento a la pertenencia

La operación busca aislar individualmente para que la gente no responda como grupo. Mensajes como “*ya nadie hace nada*” o “*solo tú puedes hacer algo*” son mecanismos para desincentivar la acción colectiva.

La pertenencia es el antídoto. No como frase vacía, sino como práctica:

- “*Somos de **Newell’s***” como núcleo de identidad compartido.
- “*Somos socios*” como fundamento de derechos y responsabilidades.
- “*Somos parte*” como base para construir proyectos.

En un club, la pertenencia se recupera cuando:

- Se usan símbolos, historias y valores propios en lugar de narrativas impuestas.
- Se construyen espacios de encuentro reales (presenciales o digitales) donde la gente se reconoce como parte.
- Se pasa de “*mirar desde fuera*” a “*hacer desde dentro*”.

6.2. Bernays: propaganda como construcción de sistemas

Edward Bernays, en *Propaganda*, muestra que la propaganda no solo rompe, sino que construye sistemas de conformidad. El futuro puede ser diseñado mediante narrativas.

En un club, esto se ve cuando:

- Narrativas que dicen “esto es el futuro del club” sin discusión.
- Proyectos presentados como “inevitables” o “naturales”.
- Se usa “siempre se hizo así” para cerrar debate.

La respuesta no es solo rechazar esas narrativas. Es construir otras:

- Definir qué futuro queremos para el club.
- Presentar ese futuro como posible, no como “imposible”.
- Construir narrativas propias que no sean las de los operadores.

6.3. Hughes: el “Autor” colectivo

Chase Hughes, en *Manual de Operaciones de Comportamiento*, explica que un grupo puede actuar como un solo “autor” que define su estado interno común y sus objetivos externos. El “autor” colectivo es quien mantiene el control de su estado frente a operaciones externas.

En un club, esto se ve cuando:

- Comisión + Socios definen un proyecto común.
- Grupo de hinchas que fijan normas de comportamiento.
- Equipos de trabajo que actúan con objetivos claros y comunicación interna.

El “autor” colectivo es:

- Quien define sus valores comunes.
- Quien define sus objetivos.
- Quien usa la influencia para proteger, estabilizar y elevar, no para controlar.

6.4. Nolan: inteligencia como ventaja estratégica recuperada

John Nolan, en *Confidencial*, expone que la comunidad puede usar inteligencia básica (observación, elicitación, protección) para anticipar maniobras. El conocimiento de las tácticas del otro es la primera defensa.

En un club, esto se ve cuando:

- Observar patrones de campañas (qué se repite, qué emociones se usan, qué intereses hay).
- Preparar respuestas a versiones esperadas.
- Usar información interna para construir proyectos, no para generar confusión.

Nolan nos enseña que la inteligencia no es solo para “saber”. Es para actuar mejor.

6.5. Herramientas para construir un futuro propio

Para construir un futuro propio, proponemos dos ejercicios prácticos:

Ejercicio 1: Plan de acción grupal

Definir un plan con:

- Objetivos claros (¿qué queremos construir?).
- Roles definidos (¿quién hace qué?).
- Comunicación interna (¿cómo nos hablamos?).
- Verificación de fuentes (¿cómo verificamos lo que escuchamos?).

Esto permite:

- Pasar de la indignación a la acción.
- Construir proyectos con pasos concretos.
- Evitar que la información interna sea usada para generar confusión.

Ejercicio 2: Laboratorio de resistencia cognitiva

Crear un espacio (presencial o digital) donde:

- Se analizan noticias y consignas.
- Se desmontan mitos.
- Se construyen narrativas propias.

Esto permite:

- Recuperar la capacidad de pensar.
- No ser arrastrado por el bombardeo.
- Construir un futuro propio, basado en datos y en pertenencia.

Conclusión operativa

Los seis capítulos de este informe no son solo una descripción de la operación. Son un mapa para resistir y para construir.

- Los seis puntos del artículo (*Posverdad y erosión de la imaginación, Operadores mediáticos, medios y zombis digitales, Angustia, miedo y cacería de brujas internas, Pensamiento condicionado y condición de pensamiento, Estupidez, mentecidío y control mental, Futuro, pertenencia y lucha reconstruida*) son el mapa de la operación.
- Los tres autores (Bernays, Nolan, Hughes) son las herramientas para desafiarla.

Este informe no es un texto teórico. Es una guía práctica para:

- Socios e Hinchas que quieren recuperar su identidad frente a la “*plaga de mentirosos*”.
- Equipos de trabajo que no tienen departamento de comunicación, pero que saben que algo les está instalado en la cabeza y quieren saber si es propio o no.
- Instituciones que quieren construir un futuro propio, desde la pertenencia y desde la acción organizada.

La posverdad erosiona la imaginación. Pero la imaginación puede ser recuperada. Y cuando la imaginación se recupera, el futuro vuelve a ser posible.

La angustia y el miedo son mecanismos de control. Pero esos mecanismos pueden ser desarticulados con regulación emocional, reflexión estructurada y protección de fuentes.

El pensamiento puede ser condicionado. Pero el pensamiento propio puede ser recuperado con des-consigna, análisis de discursos y preguntas claras.

La estupidez y el mentecidío son herramientas de dominación mental. Pero esos mecanismos pueden ser combatidos con nombres correctos, lectura crítica con preguntas, y resistencia cognitiva.

El futuro no es algo que llega. Es algo que se construye. Y se construye desde la pertenencia, desde la lucha, desde la acción colectiva.