

Diseño engañoso y manipulación cognitiva en la comunicación política digital: Hacia una ética desde el Value Sensitive Design

Carolina Klein⁽¹⁾

Resumen: El presente artículo propone una relación entre el diseño engañoso y patrones oscuros -provenientes del ámbito de la tecnología y el diseño centrado en el usuario (UX)- con la disciplina de la comunicación política. Así se realiza una conexión entre estos campos de conocimiento logrando una lógica desde manipulación intencionada utilizando un diseño persuasivo. Este recurso es utilizado en lógicas del poder para lograr un cambio de comportamiento en el ciudadano - usuario desde una manipulación cognitiva y emocional. Desde esta perspectiva compleja y actual de la política digital, se propone un diseño ético, el Value Sensitive Design (VSD) para lograr una participación cívica más democrática y así lograr una comunicación política más democrática, transparente y deliberativa.

Palabras clave: comunicación política - diseño digital - patrones engañosos - manipulación cognitiva - ética del diseño.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 134]

(1) Ver CV en pág. 134

Introducción

La comunicación política ha tenido un cambio rotundo desde la irrupción de la tecnología donde se ha tenido que amoldar de alguna forma a la actualidad. Ante este hecho se generaron nuevas estrategias en la comunicación política. Es importante destacar que la sociedad está organizada en red desde la globalización sin dejar afuera el hecho de que las personas aunque estén en un territorio, están a su vez conectadas en red desde internet donde se encuentra la comunicación. Así, el poder de ésta se encuentra en el centro de la estructura de la sociedad y en la dinámica de ésta (Catells, 2009). En esta sociedad actual, la entrada de la tecnología es un tema delicado ya que nunca es un proceso neutro y por ello es necesario plantear valores éticos que estén embebidos en la tecnología y sus procesos.

Estos valores son por ejemplo la cooperación y la democracia (Albrechtslund, 2007). Igualmente no es un escenario fácil ya que existen patrones engañosos en los que se manipula al consumidor para lograr un objetivo en los que están exentos el consentimiento de la persona y la propia autonomía (Wills, 2020).

En la comunicación política este hecho adquiere relevancia refiriendo a que las redes sociales, páginas web de campañas no sólo difunden mensajes sino que también están diseñadas para dirigir comportamientos, emociones y percepciones. Así es que se vincula la tecnología con el diseño y en el cual se manipula la cognición del usuario mediante estructuras visuales, espaciales y temporales que son diseñadas detalladamente. Así el diseño político y digital no es neutro y penetra el discurso político y la cotidianidad del usuario - ciudadano.

El poder en la sociedad red y el diseño como táctica

El poder de una sociedad red no se basa sólo en la fuerza. Si tomamos el poder no como un atributo sino como una capacidad relacional, existe un actor ya sea persona, colectivo, institución, organización, red que influye de forma asimétrica en sobre otro actor (Castells, 2009). Aquí en esta influencia, en esta manipulación se encuentran las redes sociales las cuales actúan bajo la microfísica del poder en la cual existen relaciones tensas donde el poder no se vislumbra pero existe y desciende a las prácticas sociales y vuelve a los cuerpos 'dóciles y útiles' (Foucault, 1991; Foucault, 2002). Siguiendo este concepto de poder, resulta pertinente decir que la manipulación invisible está incrustada en los diseños de las redes sociales y controlan el tiempo, el espacio y el movimiento de la actividad de los usuarios de forma inagotable (Foucault, 2002). En este contexto el diseño digital funciona como una táctica del poder, diseñando desde la ubicación del botón en la página web del político, ordenando la aparición de las publicaciones en redes sociales o tomando decisiones de la cromática en los flyers o interfaces. Así, en el campo de la comunicación política es correcto afirmar que se persuade al usuario - ciudadano tornando su mirada hacia un partido político y ocultando otros. De esta manera, un algoritmo prioriza determinadas publicaciones positivas sobre un partido político o un tema en particular de interés construyendo una jerarquización perceptiva y emocional de la persona.

El diseño engañoso en la comunicación política

Aunque el concepto de diseño engañoso o 'patrones oscuros' provienen de la tecnología y del diseño de experiencia del usuario (UX), en el presente artículo se traslada su lógica al análisis de la comunicación política. Estos patrones son estructuras de diseño que condicionan al usuario con el fin de lograr una determinada conducta, lo cual permite trasladar estas características a la política digital donde se busca influir en el comportamiento del ciudadano.

En la comunicación electoral moderna, la política se ha vuelto mediática y se utilizan otros canales de comunicación que no son sólo los medios tradicionales. Por ejemplo el uso de facebook, Instagram, Twitter en donde se produce un proceso estratégico en busca de obtener el efecto deseado por el propagandista (Cruz & Navas, 2021). En este último tiempo se ha vuelto indispensable crear un universo narrativo en el cual el posible votante cree un vínculo emocional (Sánchez Medero, 2016). Esta estrategia comunicacional se alinea con las Narrativas Transmedia (NT) donde no se narra una misma historia en múltiples canales sino que cada medio aporta su esencia y complementa a una narrativa general (Scolari, 2013; Gómez Navas & Martínez, 2021).

En la generación de información aparecen ejemplos como el diseño de interfaces de redes sociales en las que se crea un diseño engañoso usando una determinada tipografía, colores, ubicación de fotografías u otros elementos y así generando un efecto deseado. También si hablamos de una página de un candidato es factible que se busque la aceptación de cookies mediante el consentimiento inválido del usuario y así retener una base de información para luego enviar newsletters entre otros casos. Por ejemplo, en una página de campaña, el botón de 'Aceptar cookies' puede aparecer en un color brillante y saturado mientras que el botón de 'Rechazar cookies' aparecerá en un gris mimetizado, llevando al usuario - ciudadano a aceptar sin reflexión. En redes sociales se pueden encontrar fotografías que apelan a emociones como el miedo, empatía, condicionando la decisión del votante. Estas interfaces dirigen la atención y decisiones de la persona hacia la narrativa favorable del político (Baroni, 2023).

Manipulación cognitiva y crisis en la autonomía del ciudadano

Los patrones engañosos buscan manipular directamente las emociones de sus consumidores. Un ejemplo claro es el objetivo de un diseño para que el usuario cliquee en un sector apelando a lo emocional (Baroni, 2023). Un dato importante es que las personas se dan cuenta que están frente a un patrón oscuro según su nivel educativo y edad (Chang et al., 2024). Castells ha expuesto que la forma en que sentimos, pensamos y cómo actuamos son puntos que se relacionan (Castells, 2009). Así en las redes sociales existe el contagio emocional lo que pone de manifiesto la vulnerabilidad de las audiencias frente a las interfaces con las que se convive todos los días (Kramer, Guillory, & Hancock, 2014).

Este diseño del engaño tiene la particularidad que no es neutro y no impera la racionalidad. Las personas muchas veces no tienen conocimiento sobre las cookies y los diseñadores se aprovechan de esta falta de conocimiento técnico. De esta forma se les pide permiso mientras se usan frases genéricas ofreciendo muchas veces sólo la opción de 'Aceptar'. Así explotan la falta de conocimiento en leyes o la terminología real de cookies. (Baroni, 2023). Siguiendo esta línea, en el ámbito de la política digital se pueden observar estos diseños por ejemplo al intentar darse de baja a un boletín electoral. Aquí, el usuario puede encontrarse con formularios interminables o botones de cancelación en colores que se confunden con el fondo o son poco visibles. También pueden generar mensajes que apelen

a la culpa de la persona o a la urgencia utilizando frases como ‘Última oportunidad para ayudar a la campaña’. El problema ético central es que esta manipulación de los patrones oscuros de diseños engañosos ya sea en páginas web, correo electrónico, redes sociales, socavan la autonomía de la persona dificultando el consentimiento informado y por lo tanto restringiendo de alguna forma la vida democrática (Willis, 2020).

Ética del diseño y el VSD

Existe un problema en la profesionalización de la comunicación política y sus diversos campos afines. El concepto de profesionalización responde a la obtención de conocimientos especializados donde la imbricación de la comunicación mediática en los partidos políticos han sumergido a éstos en un detrimento de su esencia como son los contenidos políticos (Canel & Sanders, 2010; Sánchez Medero, 2016).

Para contrarrestar las prácticas manipuladoras es que se propone el Diseño Sensible a Valores (VSD) (Value Sensitive Design). Este tipo de diseño corresponde a una ética que busca incorporar valores humanos como la cooperación y la democracia. Estos valores humanos están dentro de todo el desarrollo del diseño. (Albrechtslund, 2007). Albrechtslund lo expone dentro del campo de la tecnología pero es propicio tomar este tipo de proceso para la comunicación política. Así mismo existe un reto pero que tiene el potencial de transformarse en un desafío que es el diálogo y correspondencia entre las intenciones del diseñador y luego el uso del consumidor. El autor al referirse a la tecnología señala dilemas éticos y usos de consumidor no esperados (Albrechtslund, 2007).

El enfoque del VSD tiene relevancia en la comunicación política al incorporar valores tanto cívicos como democráticos en el proceso de diseño de campaña, plataformas y diseños web entre otros. En tal sentido no se trata sólo de persuadir sino habilitando la reflexión, transparencia y autonomía del usuario - ciudadano.

La comunicación política permite una construcción de la realidad y por ende de la realidad política que es percibida por los ciudadanos a través de la información que procesan, por ello es necesaria la investigación de la detección de patrones engañosos utilizando características observables y medibles (Kocyigit, Rossi, & Lenzini, 2024). Esto es crucial para tratar temas que también han sido poco explorados como los aspectos sintácticos, empíricos y físicos de las interfaces maliciosas (Baroni, 2023).

Conclusión

Los Patrones engañosos se encuentran insertos en el diseño y en la comunicación política. A partir de las plataformas se puede observar la manifestación de una microfísica en la tecnología, donde a través del diseño narrativo y técnicas de diseño engañoso se vulnera al usuario. Finalmente se logra penetrar los cuerpos logrando la sumisión o el consentimiento.

Esta forma de diseñar cuyo fin de engañar es intencional es preocupante ya que socava la vulnerabilidad del ciudadano priorizando la eficacia de la plataforma por sobre los valores éticos.

La innovación de este trabajo consiste en vincular la estructura o lógica del diseño engañoso -tradicionalmente estudiado en el ámbito tecnológico y comercial- con la comunicación política. Analizar cómo las plataformas digitales, algoritmos de recomendación, disposición visual, la cromática de una interfaz condicional a la conducta del usuario -ciudadano permitiendo comprender a la política contemporánea como un espacio tecnológicamente mediado.

La investigación debe seguir entorno a la búsqueda de categorías o detección de estos patrones de una forma observable y medible. Sólo a través de un análisis sistemático, organizado con el fin de un diseño ético será posible el uso de las redes sociales, páginas web u otras plataformas de forma más autónoma. Así se podrán realizar conversaciones cívicas y mantener una participación democrática informada en lugar de ser ciudadanos manipulados constantemente.

Bibliografía:

- Albrechtslund, A. (2007). *Ética y diseño de tecnología*. Ética y tecnología de la información, 9 (1), 63-72.
- Baroni, L. A. (2023). *Deceptive patterns: Sob uma visão sociotécnica*. Editorial Académica Española.
- Brignull, H. (2023). *Deceptive patterns: Exposing the tricks tech companies use to control you*.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Chang, WJ, Seaborn, K. y Adams, AA (mayo de 2024). Teorizando el engaño: una revisión exploratoria de la teoría en la investigación sobre patrones oscuros y diseño engañoso. En *Resúmenes extendidos de la Conferencia CHI sobre Factores Humanos en Sistemas Informáticos* (págs. 1-7).
- Foucault, M. (1991). *Microfísica del poder*. Editorial Anagrama.
- Foucault, M. (2014). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Siglo XXI Editores México.
- Cruz, M. J. E., & Navas, J. S. G. (2021). *Narrativas transmedia y proximidad política en la campaña electoral de Jorge Yunda Machado, Alcaldía de Quito 2019*. Fonseca, Journal of Communication, (22).
- Kramer, A. D., Guillory, J. E., & Hancock, J. T. (2014). *Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks*. Proceedings of the National Academy of Sciences
- Kocycigit, E., Rossi, A. y Lenzini, G. (septiembre de 2024). Un enfoque sistemático para la detección fiable de patrones de diseño engañosos mediante características de interacción persona-ordenador medibles. En *Actas del Simposio Europeo sobre Seguridad Usable de 2024* (págs. 290-308)
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.

Sánchez Medero, R. (2016). *Comunicación política: Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente*. Tecnos.

Willis, L. E. (2020). *Deception by design*. Harv. JL & Tech., 34, 115.

Abstract: This article proposes a relationship between deceptive design and dark patterns — originating from the field of technology and user-centered design (UX) — and the discipline of political communication. It establishes a connection between these fields of knowledge, forming a logic of intentional manipulation through persuasive design. This resource is used within power dynamics to achieve behavioral change in the citizen-user through cognitive and emotional manipulation. From this complex and contemporary perspective of digital politics, an ethical design approach — *Value Sensitive Design (VSD)* — is proposed to foster more democratic civic participation, and thereby achieve a more democratic, transparent, and deliberative political communication.

Keywords: political communication - digital design - deceptive design - cognitive manipulation - design ethics.

Resumo: O presente artigo propõe uma relação entre o design enganoso e os padrões obscuros — provenientes do campo da tecnologia e do design centrado no usuário (UX) — e a disciplina da comunicação política. Estabelece-se uma conexão entre esses campos do conhecimento, formando uma lógica de manipulação intencional por meio de um design persuasivo. Esse recurso é utilizado nas lógicas de poder para provocar uma mudança de comportamento no cidadão-usuário através de manipulação cognitiva e emocional. A partir dessa perspectiva complexa e contemporânea da política digital, propõe-se um design ético — o *Value Sensitive Design (VSD)* — para promover uma participação cívica mais democrática e, assim, alcançar uma comunicação política mais democrática, transparente e deliberativa.

Palavras-chave: comunicação política - design digital - padrões enganosos - manipulação cognitiva - ética do design.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]

Carolina Klein. Magíster en Investigación en Ciencias de la Comunicación (Universidad Tecnológica TECH), Licenciatura en Diseño y Comunicación Transmedia (Universidad Católica FASTA), Técnica Superior en Diseño Gráfico (Nivel Superior de la Provincia de Córdoba). Asesora en Arte y Cultura en la Universidad Nacional de Villa Mercedes.