

Trata las técnicas psicológicas de la
ingeniería social

Ingeniería social

Javier Gámir

Apuntes de Javier Gámir

INGENIERÍA SOCIAL

La ingeniería social es el acto de manipular a una persona para que lleve a cabo una acción que puede ser o no lo más conveniente para el objetivo. Esto puede incluir obtener información, conseguir algún tipo de acceso o lograr que el objetivo realice cierta acción. La ingeniería social no consiste sólo en engañar a la gente o mentir o desarrollar un papel. La verdadera ingeniería social no consiste sólo en creer que estás representando un papel, sino en que durante ese momento eres esa persona, eres ese papel, esa es tu vida. La ingeniería social no es una acción suelta, sino la recopilación de las habilidades que, cuando se unen, componen la acción, el ingenio y la ciencia que se llama ingeniería social. De la misma manera que una buena comida no solo es un ingrediente, sino que se crea con la mezcla cuidadosa de varios ingredientes. Así imagino la ingeniería social; un buen ingeniero social es un como un chef. Añada un pequeño toque de manipulación y un puñado de pretextos y ¡bam! Ya tiene el plato del ingeniero social perfecto.

Analizar como un niño puede manipular a sus padres otorga al ingeniero social el entendimiento de cómo funciona la mente humana. Observar cómo un psicólogo hace sus preguntas ayuda a ver cómo relajar a la gente. Observar cómo un agente de las fuerzas del orden realiza un interrogatorio proporciona un camino claro sobre cómo obtener información de un objetivo. Analizar cómo los políticos y los gobernantes estructuran sus mensajes para lograr un mayor impacto puede dar una idea de lo que funciona y de lo que no. Estudiar cómo un actor se mete en su papel puede abrirle los ojos al maravilloso mundo del pretexto. Diseccionando la investigación y el trabajo de algunas de las mejores mentes del campo de la microexpresión y la persuasión puede ver cómo se emplean estas técnicas en ingeniería social. Examinando las motivaciones de algunos de los mejores vendedores y expertos en persuasión del mundo, puede aprender cómo generar compenetración, hacer que la gente se sienta a gusto y cerrar tratos. Después analizando e investigando el reverso de la moneda (estafadores, artistas del timo y ladrones) podrá aprender cómo se unen estas habilidades para influir en la gente y conseguir que se dirijan hacia donde nunca lo harían por sí solos. Combine este conocimiento con la técnica de apertura de cerraduras, la destreza de los espías que utilizan cámaras ocultas y los métodos de los profesionales de la recopilación de información y tendrá un ingeniero social de éxito.

Hace poco discutía con una buena amiga sobre sus cuentas bancarias. Le preocupaba la posibilidad de ser víctima de una estafa o un pirateo. En el curso de la conversación, empezamos a hablar sobre lo fácil que es adivinar las contraseñas de la gente. Le dije que mucha gente utiliza la misma contraseña para todas sus cuentas. Continué diciendo que mucha gente usa las mismas contraseñas simplistas, que combinan datos como el nombre de sus parejas o fechas de cumpleaños o aniversarios. Además, añadí que casi siempre la gente elige la pregunta de seguridad más simple, como su apellido (o el de su madre) de soltera y lo fácil que es averiguar esa información en Internet o con una serie de llamadas falsas. Después, redondeé estos argumentos, simplemente comentando que muchas personas facilitan esa información en sus cuentas de Blippy, Twitter o Facebook. Es más, existen sitios Web que facilitan todo tipo de información personal de la gente por no más de 30 euros.

A continuación, incluyo algunos timos muy extendidos. Lo cual servirá para reconocerlos. Pero no debe sacar por eso la conclusión de que la ingeniería social es siempre negativa o dañina.

EL TIMO 419 O TIMO NIGERIANO

Ha crecido hasta convertirse en una epidemia. Básicamente, a la víctima le llama un correo electrónico (o últimamente una carta) diciéndole que ha sido elegida para un trato muy lucrativo y todo lo que tiene que hacer es ofrecer un poco de ayuda. Si la víctima ayuda al remitente de la carta a extraer una suma de dinero de unos bancos extranjeros podrá quedarse con un porcentaje. La víctima nunca ve ningún dinero y puede perder entre 10.00 y 50.000 euros en el proceso. Lo que hace aún más increíble esta estafa es que, en el pasado, algunas víctimas han denunciado la existencia de documentos oficiales, papeles con membrete e incluso reuniones cara a cara.

Recientemente, ha surgido una variante de este timo, en que la víctima recibe un cheque. Si la víctima transfiere una pequeña cantidad, en comparación con lo que va a ganar, cuando reciba el cheque puede depositarlo y quedarse con la diferencia. El problema es que ese cheque es un fraude y cuando se intenta hacer efectivo, se encuentra con que debe afrontar cargos por cheque fraudulento y multas, en algunos casos después de que la víctima haya enviado dinero al estafador

EL PODER DE LA ESCASEZ

Escasez es cuando se le dice a la gente que las existencias de algún producto que necesitan o que quieren están limitadas y para conseguirlo deben cumplir algún requisito o realizar algún tipo de negocio. Muchas veces no se menciona el requisito, lo que se hace es mostrar como obtiene recompensas la gente que está actuando adecuadamente. Cuando la gente ve este mecanismo no tarda mucho en convencerse.

Esta es una forma de ingeniería social muy maliciosa o dañina pero, aun así, se puede aprender algo de ella: la gente quiere lo que es escaso y haría cualquier cosa si se le hace creer que ciertas acciones pueden provocar la pérdida de esos productos

EL TIMO DEL PHISING

Pondremos un ejemplo: un grupo de hackers chinos quería acceder a los servidores y archivos de la red del Dalai Lama. Los atacantes convencieron al personal de la oficina del Dalai Lama para descargar y abrir software malicioso en sus servidores. Este es un ataque interesante porque combina el pirateo tecnológico con la ingeniería social. Se utilizaron la manipulación y otros vectores de ataque habituales como el phishing (utilizar correos electrónicos con mensajes tentadores y vínculos o archivos que deben ser abiertos para

obtener más información; a menudo esos vínculos conducen a la explotación de vulnerabilidades. Este ataque puede funcionar y funciona contra empresas y gobiernos.

ROBO DE EMPLEADOS

El tema del robo de empleados puede llenar libros enteros. Muchas veces la información robada se vende a la competencia. Otras veces lo que roban los empleados es tiempo u otros recursos; en ocasiones, un empleado descontento puede causar un gran daño.

Un empleado descontento al que se deja actuar libremente puede ser más devastador que un equipo de hackers decididos y experimentados

DARKMARKET Y MASTER SPYNTER

En 2009 salió a la luz una historia sobre un grupo clandestino llamado DarkMarket, el llamado eBay para delincuentes: un grupo compacto que intercambiaba números de tarjetas de crédito robadas, herramientas para robos de identidad y elementos necesarios para fabricar credenciales falsas y otros productos

Un agente del FBI llamado Mularski se infiltró de incognito en el sitio Web de DarkMarket. Después de un tiempo le hicieron administrador del sitio web, aunque algunos intentaron desacreditarlo. Mularski tuvo que vivir como un hacker, hablar y actuar como ellos y pensar como ellos. Su pretexto era ser un malicioso spammer y tuvo la capacidad y la inteligencia suficiente para llevarlo a cabo. Su pretexto y sus habilidades de ingeniería social dieron sus frutos, porque el agente se infiltró en DarkMarket como el famoso Master Splynter después de tres años su trabajo fue clave para desarticular una enorme trama de robo de identidad. Esto es un ejemplo de cómo usar la ingeniería social para buenas causas.

LOS DISTINTOS TIPOS DE INGENIEROS SOCIALES

- **Hackers:** como los hackers se encuentran cada vez con un software más seguro y los vectores de ataque a software y redes, como el pirateo remoto, son cada vez más difíciles, los hackers están acudiendo a técnicas de la ingeniería social. Utilizando una combinación de hardware y técnicas personales, los hackers están usando la ingeniería social tanto en grandes ataques como en pequeñas brechas.
- **Administradores de seguridad:** estos profesionales aprenden y utilizan las técnicas de los hackers para ayudar a garantizar la seguridad de los clientes, pero nunca utilizan la información para su beneficio personal o para dañar al objetivo
- **Espías:** para los espías la ingeniería social es un modo de vida y son expertos en esta ciencia. Aprenden diferentes métodos para engañar a sus víctimas haciéndoles creer que son alguien o algo que no son. Además aprender el arte de la ingeniería social, muchas veces aumentan su credibilidad aprendiendo un poco o incluso mucho del negocio o gobierno contra el que maquinan
- **Ladrones de identidad:** el robo de identidad es el uso de datos como el nombre de la persona, números de cuentas bancarias, direcciones, fechas de nacimiento y números de la seguridad social sin el conocimiento del propietario. Los ladrones de identidad emplean muchos aspectos de la ingeniería social y según pasa el tiempo parecen más evolucionados e indiferentes ante el sufrimiento que causan
- **Empleados descontentos:** una vez que un empleado está descontento, muchas veces entra en una relación de enemistad con su empleador. Suele ser una relación unilateral ya que el empleado normalmente ocultará su disgusto para no arriesgar su empleo. Sin embargo, cuanto más descontento esté, más sencillo le resultará justificar actos de vandalismo, robo u otros delitos.
- **Artistas del timo:** los timadores y estafadores apelan a la avaricia de la gente u otros principios y a sus deseos de sacar tajada
- **Agentes de recursos humanos:** tienen que dominar las maniobras de obtención de información y muchos de los principios psicológicos de la ingeniería social; además son expertos no sólo en leer a las personas sino también en comprender lo que motiva a la gente. A menudo, el agente de recursos humanos debe tomar en consideración y satisfacer no sólo a la persona que está buscando trabajo, sino también a la que ofrece el empleo.
- **Vendedores:** los vendedores deben dominar muchas habilidades humanas. Muchos gurús de las ventas afirman que un buen vendedor no manipula a la gente sino que utiliza sus habilidades para descubrir cuáles son sus necesidades para tratar de satisfacerlas
- **Gobiernos:** los gobiernos utilizan la ingeniería social para controlar el mensaje a enviar y a las personas que gobiernan. Muchos gobiernos utilizan la prueba social, la autoridad y la escasez para asegurarse de que sus súbditos están bajo control. No siempre esto es negativo, porque algunos mensajes son por su bien y utilizar la ingeniería social puede hacer el mensaje más atractivo y más ampliamente aceptado.
- **Médicos, psicólogos y abogados:** este grupo emplea los mismos métodos usados por otros grupos de la lista. Deben realizar maniobras para obtener información y tácticas adecuadas en sus entrevistas e interrogatorios, además de muchos o todos los principios de la ingeniería social para manipular a sus objetivos (pacientes o clientes) en la dirección que ellos desean.

Se puede encontrar la ingeniería social o algunos de sus aspectos en cualquier campo. En cada situación, saber qué elementos van a funcionar es la parte más difícil pero aprender cómo utilizarlos es donde entra en juego la técnica.

EL ENTORNO CONCEPTUAL DE LA INGENIERÍA SOCIAL Y CÓMO UTILIZARLO

He tratado de perfilar los elementos que componen al ingeniero social. Cada uno de estos elementos define una parte de la ecuación que es igual a un ingeniero social completo. Estos aspectos no son inamovibles; de hecho, desde su estado original hasta ahora el entorno ha ido creciendo

Utilizando las técnicas no sólo mejorará sus prácticas de seguridad, sino también su mentalidad sobre cómo mantenerse seguro, como comunicarse más plenamente y cómo entender el modo de pensar de la gente

LA RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

En términos de ingeniería social hasta el menor detalle puede concluir en una brecha beneficiosa para el éxito de sus propósitos. Con esta idea en mente, surgen algunas preguntas en relación con la recopilación de información:

- ¿Cómo puedo recopilar información?
- ¿Qué fuentes de recopilación de información existen para un ingeniero social?
- ¿Qué puedo decidir de esos datos para retratar a mi objetivo?
- ¿Cómo puede localizar, almacenar y catalogar toda esa información para facilitar su utilización

Estas son sólo algunas de las preguntas que tendrá que responder para conseguir que la recopilación de información sea efectiva. Con el maremágnum de redes sociales que existe, la gente tiende a compartir fácilmente cualquier aspecto de su vida con quien quiera, haciendo que algunos datos perjudiciales estén más disponibles que nunca. Muchos de las habilidades de un ingeniero social proceden de otros campos. Un área excelente para la recopilación de información es el de las ventas. Los vendedores suelen ser muy habladores y fáciles de tratar y suelen ser muy buenos recopilando información sobre aquellos con quienes interactúan. En una ocasión, leí un libro sobre ventas en el que el autor animaba a los vendedores a reunir referencias de los compradores. Cosechar o reunir esa información y almacenarla permite a los vendedores tener lo que ellos llaman pistas calientes a las que visitar. Una pista caliente es una persona con la que tienen una vía de acceso, una manera de acceder a ella evitando lo que ellos denominan una puerta fría.

Estas técnicas usadas por los vendedores son a menudo imitadas por los ingenieros sociales. Por supuesto, un ingeniero social no pide referencias, pero piense en la cantidad de información que hay circulando en una conversación. Esta técnica es efectiva porque genera confianza, utiliza la familiaridad y consigue que el objetivo se sienta cómodo con el vendedor o el ingeniero social, eliminando las barreras que normalmente habrá en su mente. Un ingeniero social debe dominar los tipos y cantidades de técnicas que hay que utilizar. Cuando lo logre, se convertirá en un maestro de la ingeniería social. El primer ingrediente para un ingeniero social es la información.

Recopilar información es cómo construir una casa. Si intenta empezar por el tejado, lo más probable es que fracase. Al recopilar información puede sentirse abrumado intentando organizar y utilizar ese material, por lo que es buena idea crear un archivo o iniciar una aplicación de recopilación para reunir los datos.

Existen muchas herramientas que ayudan a recopilar y utilizar la información. BackTrack, como casi todas las aplicaciones Linux, es de software libre y fuente abierta. Quizá su mayor ventaja sea que contiene más de 300 herramientas diseñadas para ayudar en auditorías de seguridad. Todas las herramientas de BackTrack son también de software libre y fuente abierta. La alta calidad de las herramientas de BackTrack es especialmente atractiva. Dos instrumentos de BackTrack especialmente útiles para la recopilación y almacenaje de información son Dradis y Basket.

Basket es fácil de usar y tiene una interfaz sencilla. Crear una nueva cesta para contener información es tan sencillo como hacer clic con el botón derecho en el lado izquierdo de la pantalla en el lado izquierdo de la pantalla y seleccionar New Basket (nueva cesta). Una vez creada una nueva cesta no hay límite. Puede copiar y pegar datos, iniciar capturas de la pantalla en la cesta o incluso relacionar con OpenOffice o cualquier otro tipo de tabla, gráfico u otras utilidades.

Añadir una captura de la pantalla puede hacerse de varias maneras. La más sencilla es copiar la imagen y después hacer clic con el botón derecho en la nueva cesta y hacer clic en paste (pegar)

Añadir imágenes es fácil y además la imagen aparece inmediatamente. Las notas pueden escribirse o pegarse haciendo doble clic en la cesta y empezando a escribir. Lo interesante de Basket es el modo en que cataloga los datos y los muestra en pantalla. Normalmente, yo creo una cesta diferente para cada tipo de información (Whois, medios sociales, etc.). Después, hago un poco de trabajo de reconocimiento utilizando Google Maps o Google Earth para capturar algunas imágenes del edificio o instalaciones del cliente, que también puedo guardar en Basket. En Basket es posible guardar información en un formato fácil de leer. Puedo incluir toda la información que pueda porque ningún dato es demasiado pequeño para guardarse. La información que incluyo son elementos del sitio Web del cliente, información Whois, sitios de medios sociales, imágenes, datos de contacto de empleados, historiales, foros aficiones y todo lo que encuentre relacionado con la empresa.

Cuando termino, simplemente hago clic en el menú Basket, después hago clic en Export y exporto la cesta completa como una página HTML. Esto es estupendo para realizar informes o compartir la información. Si no puedo recuperar y utilizar la información rápidamente, entonces resulta inútil. Una herramienta como Basket hace que sea sencillo guardar y utilizar los datos.

Aunque Basket es una gran herramienta, sí hace mucha recopilación de información, trabaja en equipo y necesita reunir, guardar y utilizar los datos, entonces es importante tener una herramienta que permita compartir la información por varios usuarios. Esta herramienta es Dradis. El programa es una aplicación web independiente que proporciona un almacén centralizado de información

que se ha reunido y un medio a partir del que planificar los siguientes pasos. Dradis es una herramienta de software libre y de fuente abierta. Tanto en Windows, Linux o Mac.

Dradis y Basket son sólo dos de las herramientas que se utilizan para guardar y recopilar la información. Los sitios Web de Dradis y Basket tienen buenos tutoriales sobre la configuración y la utilización de estas poderosas herramientas. En mi servidor Dradis, tengo una sección para guiones telefónicos. Esta función es útil para transcribir ideas que pueden funcionar en base a la información reunida. La primera fase para utilizar los datos que recopila es pensar como un ingeniero social.

PENSAR COMO UN INGENIERO SOCIAL

Un ingeniero social debe planificar, preparar y pensar sobre la información que quiere reunir y sobre cómo conseguirla. Tiene que enfrentarse a la gran cantidad de información disponible con una opinión y mentalidad diferente a la que tiene normalmente. Debe aprender a cuestionarlo todo y, cuando vaya encontrando la información, debe aprender a pensar en ella de la forma en que lo haría un ingeniero social. Debe aprender el modo en que plantea sus preguntas en la web u otras fuentes, así como la manera de interpretar las respuestas que obtiene. Cuando encuentre un objetivo que utiliza muchos sitios web diferentes de medios sociales, busque los vínculos entre ellos y la información con que puede crear un perfil completo

FUENTES DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

La siguiente lista no puede abarcar todas las posibilidades existentes, pero perfila las opciones más importantes

1. **Recopilar información de sitios web:** los sitios web personales o corporativos pueden proporcionar una gran cantidad de información. Lo primero que hará normalmente un buen ingeniero social es reunir todos los datos que pueda del sitio web de la persona o de la empresa. Muchos empleados navegarán en los sitios web. También es muy interesante porque muchas veces incluyen detalles íntimos de sus vidas: niños, casas, trabajos, etc. Esta información debe catalogarse en secciones porque en ocasiones habrá algo de esta lista que puede utilizarse en el ataque. A menudo, los empleados de la empresa formarán parte de los mismos foros, listas de correo o sitios web de medios sociales. Si encuentra a un empleado en LinkedIn o en Facebook, hay muchas posibilidades de que algunos de sus compañeros están ahí también. Toda esta información puede ayudar realmente a un ingeniero social a retratar a la empresa y sus empleados. Muchos empleados pueden hablar de su puesto de trabajo en sus intervenciones en los medios sociales. Esto puede servir para determinar cuanta gente trabaja en un departamento y cómo funciona ese departamento.
2. **Motores de búsqueda:** Un famoso libro llamado Hacking con Google demostró a la gente la asombrosa cantidad de información que posee Google. Google perdona pero nunca olvida y es comparado con el gran oráculo. Siempre que se sepa cómo preguntar, puede decirle prácticamente todo lo que desea saber. Estar familiarizado con términos de búsqueda que pueden ayudarle a localizar archivos de su objetivo es una parte muy importante de la recopilación de información. Yo tengo la costumbre de hacer búsquedas como filetype: pdf, filetype: doc, filetype: xls y filetype: txt. También es bueno comprobar si los empleados dejan abiertos en sus servidores archivos como DAT, CFG u otros archivos de bases de datos o configuración. Lo más importante que hay que recordar es aprender los operandos de Google le ayudará a desarrollar los suyos propios. Un sitio web como www.googleguide.com/advancedoperators.html tiene una buena lista de los operandos y explica cómo utilizarlos. Google no es el único motor de búsqueda que revela información asombrosa. Un investigador llamado John Matherly creó un motor de búsqueda llamado Shodan, que es único en cuanto a que busca en la red servidores, routers, software específico y mucho más.
3. **Reconocimiento de Whois:** Whois es el nombre de un servicio y de una base de datos. Las bases de datos de whois contienen una gran cantidad de información y en algunos casos puede incluso contener datos de contacto completos de los administradores del sitio web. La información de whois puede ser útil para perfilar una empresa y descubrir detalles sobre sus servidores. Todos estos datos pueden utilizarse para nuevas recopilaciones de información o para lanzar ataques de ingeniería social
4. **Servidores Públicos:** Los servidores públicos de una empresa también son buenas fuentes de información que sus sitios web proporcionan. Tomar las huellas de un servidor para determinar sus S.O, las aplicaciones instaladas y la información IP pueden proporcionar mucha información sobre la infraestructura de una empresa. Una vez determinada la plataforma y las aplicaciones en uso, puede combinar esa información con una búsqueda en el nombre de dominio corporativo para encontrar entradas en foros públicos. Las direcciones IP pueden decirle si los servidores están alojados localmente o con un proveedor: con los registros de DNS puede determinar nombres y funciones de servidores y direcciones IP. Un apunte importante a tener en cuenta es que realizar un rastreo de puertos (utilizando una herramienta como NMAP puede acarrear problemas con la ley en determinados lugares. En 2007 y 2008, Inglaterra, Francia y Alemania publicaron leyes que ilegalizaban la creación, distribución y posesión de materiales que permitan a alguien violar una ley violar un ley informática. Los rastreos de puertos entran en esta definición. Si va a realizar una auditoría profesional a una empresa, estos detalles se aclaran en el contrato, pero es importante señalar que es responsabilidad del auditor conocer las leyes locales y asegurarse de no tocarlas.
5. **Medios sociales:** Muchas empresas han empezado a interesarse por los medios sociales. Es publicidad barata para llegar a un buen número de clientes potenciales. También es una nueva corriente de información de una empresa que puede proporcionar algunos datos útiles. Las empresas publican noticias sobre eventos, nuevos productos, notas de prensa e historias que pueden relacionarlas con eventos de actualidad. Últimamente, las redes sociales han desarrollado un modo de proceder particular. Da la sensación de que cuando alguna tiene éxito aparecen unas cuantas más que utilizan una tecnología parecida. Con sitios como Twitter, Blippy, PleaseRobMe, ICanSalk, Facebook, LinkedIn, MySpace y otros, puede encontrar información sobre la vida y paradero de la gente. Verá que las redes sociales son una increíble fuente de información

6. **Sitios de usuarios, blogs y otros:** Los sitios de usuarios como los blogs, wikis y videos on-line no sólo pueden proporcionar información sobre la empresa objetivo, también ofrecen una conexión más personal a través del contenido subido por el usuario. Mantener información sobre la localización es un aspecto de los sitios web de los medios sociales. No sólo permiten colgar fotos de sí mismo, también revelan implícitamente donde está, posiblemente sin su conocimiento. Este tipo de información puede proporcionar un perfil muy detallado de su objetivo. A la gente le encanta twittear sobre donde está, lo que está haciendo y con quién está. Blippy permite a una persona conectar sus cuentas bancarias y básicamente twittear información sobre la compra, donde se realizó y cuánto ha costado. Con fotos con información de localización incrustada y sitios como Facebook, que mucha gente utiliza para colgar fotos personales, historias y otra información relacionada se cumple el sueño de cualquier ingeniero social. En un momento se puede crear un perfil completo con la dirección de una persona, su trabajo, sus fotos, aficiones y mucho más. Otro aspecto de los sitios de los medios sociales que lo hace excelentes fuentes de recopilación de información es la posibilidad de mantener el anonimato. Cuando la gente flirtea, muchas veces divulga información muy valiosa. Combine la habilidad para ser quien quiera en la web con el hecho de que la mayoría de la gente cree a pies juntillas todo lo que lee y lo que obtiene es una de los riesgos más grandes para la seguridad
7. **Informes públicos:** La información pública puede ser generada por entidades dentro o fuera de la empresa objetivo. Esta información puede consistir en informes trimestrales, informes gubernamentales, informes analíticos, beneficios de empresas que cotizan en bolsa, etc. Un ejemplo son los informes de ventas que se venden por muy poco dinero y contienen información detallada de la empresa objetivo. Otra vía es utilizar la investigación de antecedentes. Estos y otros muchos sitios ofrecen servicios de comprobación de antecedentes por tan solo un euro por informe limitado, hasta la posibilidad de pagar una cuota de 49 euros al mes que le permite obtener todos los informes que quiera. Puede conseguir mucha información gratis utilizando motores de búsqueda pero algunos datos financieros y personales sólo pueden obtenerse de forma sencilla y legal a través de un sitio de pago

UTILIZAR EL PODER DE LA OBSERVACIÓN

Aunque no se usa mucho como herramienta de ingeniería social, la simple observación puede darle mucha información del objetivo. Muchas veces los elementos externos como los suministros de energía o las unidades de aire acondicionado revelan información sobre quién es la empresa proveedora y eso puede proporcionar al ingeniero social otra vía para acceder. Tomarse algún tiempo para observar al objetivo, grabar utilizando una cámara oculta y después estudiar y analizar la información, puede enseñarle mucho y proporcionar a su archivo gran empuje.

MIRAR EN LA BASURA

Por muy duro que sea imaginar pasar un rato saltando entre la basura, esta acción puede rendir algunos de los beneficios más lucrativos de la recopilación de información. A menudo la gente tira facturas, notas, cartas, discos compactos, ordenadores, llaves USB y una gran cantidad de artilugios e informes que realmente pueden proporcionar increíbles cantidades de datos. En ocasiones, las empresas trituraran documentos que consideran demasiado importantes para tirarlos sin más pero utilizar un triturador ineficiente que deja papeles que pueden recomponerse. Este tipo de trituración puede desbaratarse con un poco de tiempo y paciencia, aunque sea parcialmente puede contener información devastadora. Sin embargo utilizar un triturador que triture en ambas direcciones y que deja un revoltijo picado de papel, hace que la recomposición de documentos sea prácticamente imposible. Muchas empresas utilizan servicios comerciales que se llevan sus documentos triturados para incinerarlos. Algunas empresas incluso dan sus documentos a terceros lo que deja abierto otro vector de ataque. Un ingeniero social que averigüe el nombre de la empresa que proporciona este servicio puede fácilmente hacerse pasar por la persona que va a recoger la documentación y quedarse con ella. Recuerde algunos puntos cuando inspeccione contenedores:

1. **Lleve puesto unos buenos zapatos o botas:** Nada puede ser más desastroso que saltar a un contenedor y que un clavo le atraviese un pie
2. **Lleve ropa oscura:** Lo mejor es ropa que no le importe que se rompa y que sea oscura para que no le descubran
3. **Utilice una linterna**
4. **Coja algo y corra:** A no ser que esté en un lugar apartado que sea imposible que le descubran, lo mejor es coger un par de bolsas e irse a otro lugar para hurgar en ellas

Rebuscar en contenedores siempre conduce a información muy útil. A veces el ingeniero social ni siquiera tiene que meterse en un contenedor para encontrar lo que busca.

UTILIZAR SOFTWARE DE PREDICCIÓN DE CONTRASEÑAS

No es infrecuente que la gente utilice palabras, nombres o fechas como contraseña. Este tipo de software consigue fácilmente crear listas para probar configuraciones. Herramientas increíbles como Maltego, creado por Paterva, son el sueño del recopilador de información. Maltego permite al ingeniero social realizar muchas búsquedas pasivas en la red sin tener que usar nada más que el propio Maltego. Esto puede ayudar mucho en la elaboración del perfil de una empresa. Su meta cuando recopila datos es informarse sobre la empresa objetivo y sobre las personas que forman parte de ella. Una vez que el ingeniero social ha reunido suficiente información, en su mente se forma una imagen clara de las mejores formas de manipularla. Un perfil claro puede ayudar al ingeniero social no sólo a desarrollar un buen pretexto, sino también a reconocer qué preguntas hacer, qué días son buenos o malos para llamar o presentarse en el lugar, así como otras muchas pistas que pueden hacer mucho más fácil el trabajo. Todos los métodos explicados hasta ahora son sobre todo físicos, métodos muy personales de recopilación de información. No he tocado la aparte más técnica de la recopilación de información, servicios como SMTP, DNS, Netbios y el poderoso SNMP. Merece la pena examinar estos métodos pero tienen una naturaleza más técnica en oposición a los métodos más humanos. Como ingeniero social, una vez que

tiene la información debe empezar a planear los ataques. Para hacerlo, debe empezar desarrollando un plan que utilice estos datos. Una de las mejores maneras para empezar a utilizar esa información es desarrollar lo que se llama modelo de comunicación.

DESARROLLAR UN MODELO DE COMUNICACIÓN

La comunicación es el proceso de transferir información de una entidad a otra. Implica interacciones entre, al menos, dos agentes y puede ser entendido como un proceso de doble dirección en el que hay un intercambio de información y una progresión de pensamientos, sentimientos o ideas que se dirigen hacia una meta o dirección mutuamente aceptada. La meta del ingeniero social es utilizar la comunicación para crear una meta común. La comunicación es un proceso por el que la información es empaquetada, canalizada y transmitida por parte de un emisor hacia un receptor a través de algún medio. El receptor descodifica el mensaje y retroalimenta al emisor. Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor. Crear un modelo ayuda al ingeniero social a decidir el mejor método de envío, el mejor método de retroalimentación y el mejor mensaje a utilizar. La comunicación puede presentar muchas formas diferentes. Hay métodos auditivos, como los discursos, las canciones o el tono de voz y hay métodos no verbales como el lenguaje corporal, el lenguaje de signos, el paralenguaje, el tacto o el contacto visual. Independientemente del tipo utilizado, el mensaje y la forma de envío tendrán un efecto definitivo en el receptor.

Entender las reglas básicas es fundamental para construir un modelo para un objetivo. Algunas reglas no se pueden violar como el hecho de que la comunicación siempre tiene un emisor y un receptor. También debe tenerse en cuenta que todo el mundo tiene realidades personales diferentes que se construyen y se ven afectadas por sus experiencias pasadas y por sus percepciones. Todo el mundo percibe, experimenta e interpreta las cosas de manera distinta en base a estas realidades personales. Cuando un ingeniero social se comunica, está intentando traer a otra persona a su espacio y compartir su realidad personal. La comunicación efectiva intenta llevar a todos los participantes al espacio mental de todos los demás. Esto sucede en todas las interacciones, pero es tan habitual que la gente lo hace sin pensar en ello.

En las comunicaciones interpersonales se envían dos capas de mensajes: la verbal y la no verbal. La comunicación normalmente contiene una parte verbal o lingüística, ya sea palabra hablada o escrita. También suele tener una parte no verbal: las expresiones faciales, el lenguaje corporal o algunos mensajes no lingüísticos como los emoticonos o el tipo de fuente. Independientemente de la cantidad de cada uno de los tipos (verbal o no verbal) este paquete de información se envía al receptor y se filtra a través de su realidad personal. El receptor formará un concepto basado en su realidad y después empezará a interpretar el paquete. Al descifrar el mensaje, el receptor va interpretándolo incluso aunque esa interpretación no sea la que el emisor pretendía. El emisor sabrá si el paquete ha sido recibido como pretendía si el receptor devuelve un paquete de comunicación indicando su aceptación o el rechazo del paquete original. Cuando el receptor recibe un mensaje tiene que descifrarlo. La interpretación que haga depende de muchos factores.

La meta del ingeniero social debe ser darle a los elementos verbales y no verbales el poder de alterar la percepción del objetivo para lograr el impacto que se desea. Estas son otras reglas básicas de la comunicación:

- **Nunca de por sentado que la realidad del receptor es igual a la suya**
- **Nunca de por sentado que el receptor interpretará el mensaje como pretendía**
- **La comunicación no es algo absoluto o limitado**
- **Entienda siempre que hay tantas realidades como personas implicadas en la comunicación**

EL MODELO DE COMUNICACIÓN Y SUS RAICES

El mensaje puede proceder de diversas fuentes como la vista, el sonido, el tacto, el olfato y las palabras. Este paquete es procesado después por el objetivo y utilizado para formar una imagen general sobre lo que se ha dicho. Este método de valoración se llama “el proceso de la comunicación”. Fue establecido originalmente en 1947 por los científicos sociales Claude Shannon Warren Weaver cuando desarrollaron el modelo Shannon-Weaver conocido también como el padre de todos los modelos. Este encarna los conceptos de fuente de información, mensaje, transmisor, señal, canal, ruido, receptor, destino de la información, probabilidad de error, codificación, decodificación, velocidad de la información y capacidad del canal, entre otras cosas. Estructuraron este modelo en base a:

- **Una fuente de información que produce un mensaje**
- **Un transmisor, que codifica el mensaje en señales**
- **Un canal por el que las señales se adaptan para la transmisión**
- **Un receptor, que descodifica el mensaje de la señal**
- **Un destino donde llega el mensaje**

Argumentaron que existen tres niveles de problemas para la comunicación en esta teoría:

- **El problema técnico: ¿con qué exactitud se puede transmitir el mensaje?**
- **El problema semántico: ¿con qué precisión se transmite el significado?**
- **El problema de la efectividad: ¿con qué efectividad el mensaje recibido afecta a la conducta?**

15 años más tarde, Davis Berlo expandió el modelo lineal de Shannon y Weaver y creó el modelo de comunicación Emisor-Mensaje-Canal-Receptor (EMCR). Puede pensar en la comunicación como los procesos de transmisión de información gobernados por tres niveles de reglas:

1. **Propiedades formales de los signos y símbolos**

2. **Las relaciones entre signos/expresiones y sus usuarios**
3. **La relación entre los signos y los símbolos y lo que representan**

Por tanto, puede precisar la definición de comunicación como la interacción social en la que al menos dos agentes comparten un grupo de signos común y un grupo de reglas comunes.

En 2008, otro investigador, D.C. Barnland, combinó la investigación de muchos de sus predecesores con la suya y desarrollo el modelo de comunicación transaccional. En este modelo puede ver que el canal y el mensaje pueden tomar muchas formas no sólo habladas. El mensaje puede ser escrito, en forma de vídeo o de audio y el receptor puede ser una o varias personas. La retroalimentación también puede tomar muchas formas.

Aprender a desarrollar un plan de comunicación puede mejorar el modo en que se relaciona con cualquier persona con la que se comunique. Recuerde: un ingeniero social debe ser un maestro de la comunicación. Debe ser capaz de entrar y permanecer en el espacio mental y personal de una persona y no ofenderla ni hacer que desconecte. La llave para lograr esta meta es desarrollar, implementar y practicar modelos de información efectivos. Por tanto, el siguiente puesto es desarrollar un modelo

DESARROLLAR UN MODELO DE COMUNICACIÓN

Ahora que conoce los elementos fundamentales de un modelo de comunicación, examínelos desde el punto de vista de un ingeniero social:

- **La fuente:** El ingeniero social es la fuente de la información o comunicación que se va a transmitir
- **El canal:** Es la forma de envío
- **El mensaje:** La parte más importante del mensaje es saber qué le va a decir al receptor o receptores
- **El receptor o receptores:** Este es el objetivo
- **La retroalimentación:** ¿Qué quiere que hagan después de transmitirles correctamente la comunicación?

¿Cómo puede utilizar estos elementos de manera efectiva? El primer paso es establecer su meta. Cuando desarrolle una estrategia de comunicación puede encontrarse trabajando en el modelo de en orden inverso para que sea provechoso.

- **Retroalimentación:** ¿Cuál es la respuesta que busca?
- **Receptores:** Aquí es donde le vienen bien sus habilidades para la recopilación de información. Tiene que saberlo todo sobre sus objetivos. La respuesta ayudará al ingeniero social a elegir el mensaje que va a enviar.
- **Mensaje:** Puede ser un correo electrónico u otro tipo de mensaje. Es importante tener en cuenta la gramática, la ortografía y la puntuación o la forma de expresarse. Su mensaje debe ser legítimo, con buena ortografía y una oferta atractiva que encaje con el objetivo. Incluso con la misma meta, el mensaje cambiará dependiendo del género, edad y otros muchos factores. Un escenario in situ es más difícil porque hay que llevarlo a cabo en persona. Tiene que saber interpretar el papel y tiene que conocer de memoria todos los detalles porque no podrá repasar sus notas una vez que haya empezado. También es importante recordar que a menudo sólo hay una oportunidad para formar una impresión en los demás. Si se hace mal puede estropear todo el trabajo.
- **Canal:** Identificar este elemento es fácil
- **Fuente:** De nuevo, con este elemento no hay duda, porque usted, el ingeniero social, es la fuente. Lo creíble que resulte dependerá de sus habilidades

EL PODER DE LOS MODELOS DE COMUNICACIÓN

El desarrollo de modelos de comunicación es una herramienta poderosa y una habilidad obligatoria de todo ingeniero social. La parte más difícil de la creación de un modelo es asegurarse de que sus sesiones de recopilación de información están bien hechas. No tener un plan y un modelo lo suficientemente buenos llevará al fracaso. Una buena manera de practicar la creación de un modelo de comunicación es redactar un modelo de manipulación de alguien que conoce bien para que lleve a cabo una acción concreta. Los modelos proporcionan información valiosa sin ellos la comunicación no es efectiva. La recopilación de datos es el quid de toda acción de ingeniería social, pero si domina la recopilación de información y es capaz de reunir increíbles cantidades de datos pero no sabe cómo utilizarlos, habrá sido una pérdida de tiempo. Aprenda a ser un maestro en la recopilación de información y después practique poniéndola en acción con modelos de comunicación. Esto es sólo el comienzo. Aun así se necesita mucho más para desarrollar un mensaje sólido en un modelo de comunicación. Un aspecto clave para aprender a comunicar, manipular y a ser un ingeniero social es aprender a utilizar las preguntas

LAS MANIOBRAS DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

Conseguir sonsacar a la gente de manera efectiva es una habilidad clave para un ingeniero social. Cuando la gente esté hablando con usted debe sentirse cómoda y con ganas de abrirse.

Las maniobras de obtención de información consisten en provocar o sonsacar o llevar a una conclusión a alguien a través de la lógica. También puede entenderse como una estimulación que expone una clase de conducta particular.

Ser eficaz sonsacando información significa que puede escoger sus palabras y plantear sus preguntas de tal manera que lleven sus capacidades a otros niveles. En términos de recopilación de información las maniobras pueden traducirse en que su objetivo esté deseando contestar todas sus preguntas. En sus materiales formativos la Agencia de Seguridad Nacional de EEUU define las maniobras de obtención de información como la extracción sutil de información durante una conversación aparentemente normal e inocente. Estas conversaciones pueden ocurrir en cualquier lugar en el que se encuentre el objetivo: un gimnasio, un restaurante,

una guardería. Cualquier sitio. Las maniobras funcionan bien porque son poco arriesgadas y difíciles de detectar. Las maniobras basan su funcionamiento en que:

- **La mayoría de la gente tiene el deseo de ser cordial, especialmente con extraños**
- **Los profesionales quieren parecer inteligentes y bien informados**
- **Si le dedica elogios a la gente, seguramente hablará más y divulgará más cosas**
- **La mayoría de la gente no miente por mentir**
- **La mayoría de las personas responde amablemente ante quienes se muestran preocupadas por ellas**

LAS METAS DE LAS MANIOBRAS DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

La información es la clave- Cuanta más reúna, más exitoso será el ataque. Las maniobras funcionan porque no son amenazantes. Haga la cuenta de las veces a la semana que mantiene conversaciones insignificantes con alguien en una tienda, cafetería o cualquier otro sitio. Las maniobras se basan en la metodología de esas conversaciones y se utilizan de modo inofensivo a diario. Por eso son tan efectivas. Algunos expertos coinciden en que para dominar el arte de la conversación hay tres pasos:

1. **Ser natural:** Nada puede arruinar una conversación más rápidamente que parecer incómodo o artificial durante la misma
2. **Fórmese:** Debe conocer aquello de lo que va a hablar con el objetivo. Es imprescindible que no pretenda ser más de lo que razonablemente la gente puede creer que es. Tenga el conocimiento suficiente para hablar con coherencia de un tema que interese a su objetivo
3. **No sea avaricioso:** Por supuesto, la meta es conseguir información, conseguir respuestas y conseguir las llaves del cielo. Aun así no deje que toda la conversación vaya en esa dirección. Enseguida se hará evidente que sólo está allí por intereses personales y el objetivo perderá interés. A menudo, dar algo a alguien suscita el sentimiento de reciprocidad, por el que él o ella siente ahora la obligación de darle algo a cambio. Es importante actuar de esta forma. Haga que la conversación sea un dar y tomar, a no ser que a la persona con quien converse le guste dominar la conversación. Si le gusta dominar, déjela. Pero si obtiene algunas respuestas vaya regulando la presión que ejerce, no se vuelva avaricioso intentando profundizar más y más, puede hacer saltar las alarmas.

Muchas veces las personas que son etiquetadas como buenos conversadores son aquellas que se dedican más a escuchar que a hablar. Personalmente me gusta añadir uno o dos más a estos pasos. P.e, un aspecto importante de las maniobras de obtención de información durante una conversación son las expresiones faciales. Si su mirada es demasiado intensa o demasiado relajada puede afectar al modo en que la gente reacciona a sus preguntas. Si habla con tranquilidad y ha conseguido atraer a su objetivo a una conversación pero su lenguaje corporal o sus expresiones faciales muestran desinterés, esto puede afectar al ánimo de la persona con la que conversa, aunque sea de forma inconsciente. Son un gran admirador de Cesar Milán, alias el encantador de perros. Una de las cosas que afirma, con la que estoy totalmente de acuerdo, es que el espíritu o energía de la persona afecta al espíritu o energía del perro. Evidentemente, las personas no somos iguales que los perros pero creo firmemente que se puede aplicar la misma filosofía. Cuando un ingeniero social se acerca a su objetivo, su espíritu o energía afecta la percepción de esa persona. La energía se manifiesta a través del lenguaje corporal, la expresión facial, la vestimenta y las palabras que respaldan todo lo demás. ¿Cómo funciona este concepto? El espíritu o energía de una persona se transmite a los sensores de la otra que relaciona esa información con sus experiencias pasadas y entonces forma una opinión. La gente realiza este proceso de manera instantánea, casi siempre sin darse cuenta. Por lo tanto, cuando inicie una maniobra para obtener información de alguien su energía debe corresponderse con el papel que vaya a representar. Si su personalidad o su estructura social no le permiten desarrollar el papel de gerente con facilidad, entonces no lo intente. Trabaje con lo que tiene. Independientemente de los métodos que prefiera utilizar, hay ciertos pasos que puede dar para tomar ventaja. Uno de ellos es la carga previa.

LA CARGA PREVIA

No se ha escrito mucho sobre la carga previa, pero es un tema muy serio. Significa que puede hacer precisamente eso: cargar por anticipado a sus objetivos con información o ideas sobre cómo quiere que reaccionen ante cierta información. Se utiliza a menudo en los mensajes publicitarios. Como ingeniero social no puede realizar un anuncio para sus objetivos, así que, ¿cómo puede usar la carga previa? Como en muchos aspectos de la ingeniería social, debe empezar por el resultado final y trabajar hacia atrás. Lo primero que debe hacer es concretar la meta que persigue. Después, debe decidir el tipo de preguntas que quiere realizar y también que tipo de información se puede cargar a una persona para que después quiera contestar a esas preguntas. ¿Cómo funcionan estos principios en el ámbito de la ingeniería social? La carga previa es una habilidad en sí misma. Ser capaz de implantar ideas o pensamientos sin que resulte obvio o avasallador a veces requiere más habilidad que las propias maniobras de obtención de información. Otras veces dependiendo de la meta, la carga previa puede ser un proceso bastante complejo. El tema de la carga previa tiene más sentido cuando analiza cómo puede utilizar las maniobras de obtención de información. Todo ingeniero social domina esta habilidad. En muchas ocasiones, se da cuenta de que tiene ese talento antes de dedicar su vida al oficio. Para que la carga previa funcione, debe preguntar algo que tenga relación con la confianza que se ha generado. En ingeniería social el beneficio que obtiene puede ser tan limitado como, p.e, darle al objetivo la oportunidad de que presuma un poco. O puede ser un beneficio mucho mayor de tipo físico, económico o psicológico.

DOMINAR LAS MANIOBRAS DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

Los elementos clave para tener éxito con las maniobras de obtención de información son:

- **Nunca he tenido miedo a hablar con la gente y a encontrarme en situaciones que no se consideran normales**
- **Verdaderamente me preocupo por las personas incluso cuando no las conozco. Me gusta y disfruto escuchando a la gente**

- **Sólo doy consejos u ofrezco ayuda cuando tengo una solución real**
- **Escucho los problemas de la gente sin hacer juicios de valor**

APELAR AL EGO DE UNA PERSONA

El método de apelar al ego de alguien es simplista pero efectivo. Aunque se requiere precaución: influir sobre el ego de alguien es una herramienta poderosa pero, si se abusa de ella o si la emplea con sinceridad. La gente lo percibirá y no reaccionará. Cuando apele al ego de alguien, debe hacerlo sutilmente y, si está hablando con una persona realmente narcisista, evite poner los ojos en blanco, suspirar o discutir cuando alardee de sus logros. Si hace una afirmación exagerada, resultará demasiado obvio. Un alago sutil puede introducir a una persona en una conversación que de otra manera no hubiera tenido lugar y eso es justo lo que hace un ingeniero social.

EXPRESAR INTERÉS MUTUO

Expresar interés mutuo es una maniobra de obtención de información importante. Es incluso más poderosa que apelar al ego de alguien porque amplía la relación más allá de la conversación inicial.

HACER UNA INFORMACIÓN FALSA INTENCIONADAMENTE

Este tipo de información, si se realiza de forma efectiva, puede sonsacar una respuesta del objetivo con datos reales. La mayor parte de la gente siente la necesidad de corregir una información incorrecta. Parece que el deseo de informar a otros, mostrarse culto y educado y no tolerar afirmaciones erróneas está en la naturaleza humana

OFRECER INFORMACIÓN VOLUNTAREAMENTE

Una triste faceta de la humanidad es que nos guste confirmar el dicho de que los males nunca vienen solos. La gente tiende a querer compartir noticias parecidas. Esta propensión puede utilizarse para establecer el tono de una conversación y crear un sentido de la obligación.

EL CONOCIMIENTO ASUMIDO

Otra herramienta de manipulación poderosa es la del conocimiento asumido. Es habitual asumir que, si una persona tiene conocimientos sobre un asunto concreto, se puede discutir ese asunto con ella. Un atacante puede sacar partido de esta característica presentando algún tipo de información, como si él la conociera. Después, puede repetir las ideas como si fueran suyas y continuar creando la ilusión de que conoce a fondo el tema

UTILIZAR LOS EFECTOS DEL ALCOHOL

Nada suelta más la lengua que la bebida. Este es un hecho desafortunado pero cierto. Si a cualquiera de las cinco situaciones precedentes le añade alcohol, sus efectos se multiplican por diez.

HACER PREGUNTAS INTELIGENTES

La meta es conseguir pequeñas porciones de información aparentemente inútiles que le ayuden a hacerse una idea clara de las respuestas que busca o del camino para llegar a esas respuestas. Este tipo de recopilación de información ayuda a encontrar un camino definido hacia la meta.

Las preguntas abiertas no pueden responderse con un sí o con un no. Una manera de aprender a hacer preguntas abiertas es estudiando y analizando a los buenos periodistas. Estos profesionales deben utilizarlas constantemente para obtener respuestas de sus entrevistados. En ocasiones las preguntas abiertas pueden encontrar cierta resistencia, por lo que suele ser bueno utilizar el efecto piramidal. Consiste en comenzar con preguntas concretas y continuar con preguntas más amplias cada vez.

Obviamente, las preguntas cerradas son lo contrario a las preguntas abiertas, pero son un modo muy efectivo de conducir a su objetivo donde desea. Normalmente, las preguntas cerradas no se pueden contestar con más de una o dos posibilidades. En las preguntas cerradas, la meta normalmente no es conseguir información detallada; la meta es conducir al objetivo

Las preguntas conductoras son una combinación de preguntas abiertas y cerradas. Son preguntas abiertas pero con una insinuación que conduce hacia la respuesta. Este tipo de preguntas conduce al objetivo donde se desea pero también ofrece la posibilidad de expresar su punto de vista, aunque de forma muy limitada. También se carga al objetivo con la idea de que ya tiene conocimientos de los eventos por los que está preguntando. Muchas veces las preguntas conductoras pueden contestarse con un sí o un no, pero son diferentes de las cerradas porque se incluye más información en la pregunta y al contestarse se obtienen más datos con los que trabajar. Estas preguntas afirman unos hechos y luego preguntan al objetivo si está o no de acuerdo con ellos. Al parecer, los humanos intentamos que la memoria encaje con nuestra representación actual del mundo. Cuando se nos hacen preguntas muchas veces contestamos a partir de nuestros recuerdos basados en lo que es importante para nosotros. Por este motivo, es posible formular preguntas mixtas y manipular sus recuerdos. Gracias a estas investigaciones, la utilización de preguntas conductoras puede ser una herramienta muy poderosa. Aprender a dirigir al objetivo también puede mejorar la habilidad del ingeniero social para recopilar información.

Las preguntas de conocimiento asumido son precisamente eso: preguntas en las que se asume que el objetivo posee cierta información. La forma de determinar si el objetivo posee cierta información que se busca es haciendo una de estas preguntas. P.e, una técnica empleada por las fuerzas del orden público es asumir que el objetivo ya sabe algo y preguntar. Dependiendo de la respuesta, el agente puede determinar hasta qué punto conoce esa persona al objetivo. Un punto importante a tener en cuenta es que al usar las preguntas de conocimiento asumido es que nunca se le debe dar al objetivo una idea completa de lo que se busca

o se pregunta. Hacer esto daría todo el poder al objetivo y privaría al ingeniero social de tener control sobre el entorno. No se deben utilizar este tipo de preguntas para probar que el objetivo está equivocado. Hacerlo también le haría perder el poder y alienaría al objetivo. Las preguntas de conocimiento asumido deben utilizarse cuando se tenga una idea sobre hechos reales que se pueda utilizar.

Planee sus preguntas para que tengan el mayor efecto posible. Un truco muy útil que les ensañan a los agentes de seguridad es decir una frase como ésta: "Piense muy bien lo que va a decir antes de comenzar la siguiente pregunta". Esta frase carga la mente del objetivo con la idea de que debe ser sincero con su siguiente contestación

DOMINAR LAS MANIOBRAS DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

Las maniobras de obtención de información tienen una serie de principios que cuando son aplicados mejoran nuestro nivel técnico. Para dominarlo recuerde estas sugerencias:

- **Demasiadas preguntas puede hacer retroceder al objetivo**
- **Si pregunta demasiado poco puede hacer que el objetivo se incomode.** No dé por sentado que su objetivo es un gran conversador con ganas de hablar. Debe hacer que la conversación sea una experiencia amena
- **Haga las preguntas una a una:** Simplemente busca recopilar información y formar un perfil. Para hacerlo no debe parecer demasiado ansioso ni desinteresado

Las maniobras de obtención de información son un proceso con un equilibrio delicado. Mucho, poco, demasiado, insuficiente, cualquiera de estas opciones arruinaría sus opciones. Intente lo siguiente: imagine la conversación como un embudo en el que en la parte superior están los elementos amplios y neutrales y en la parte inferior está el final, estrecho y directo. Empiece formulando preguntas muy neutrales a su objetivo y reúna algo de información a partir de ellas. Aporte algo a la conversación y después pase a realizar preguntas más abiertas. Si es necesario, formule algunas preguntas cerradas para dirigir al objetivo hacia donde desea y, si encaja con la situación termine realizando preguntas muy directas según vaya llegando al final del embudo. Lo que saldrá por el extremo de este embudo será un río de información

EL PRETEXTO: CÓMO CONVERTIRSE EN OTRA PERSONA

A todos nos gustaría ser otra persona de vez en cuando. Aunque la medicina no ha inventado una pastilla que haga esto posible, existe una solución al dilema: el pretexto.

¿Qué es el pretexto? Algunas personas dirán que es simplemente un papel o una mentira que se representa durante una acción de ingeniería social, pero esta es una información muy limitada. Es más adecuado definir el pretexto como la búsqueda, vestimenta, aspecto, personalidad y actitud de fondo que crean el personaje que se interpretará durante una auditoría. Engloba todo lo que se puede imaginar sobre lo que es esa persona es. Cuanto más sólido y más simple sea el pretexto, más creíble resultará. En internet puede ser cualquier persona que quiera. Los hackers llevan años aprovechándose de esta habilidad y no sólo en Internet. En ingeniería social, a menudo, es obligatorio representar un papel o convertirse en otra persona para alcanzar la meta. Cuando se presenta una ocasión, es importante disponer de las habilidades necesarias para representar el pretexto. El pretexto no consiste en interpretar un papel. No consiste en vivir una mentira, sino en convertirse realmente en esa persona. Hay que transformarse enteramente en la persona que se está retratando. Su forma de andar, de hablar, su lenguaje corporal: hay que convertirse en ella. El problema es que hay quienes consideran que el pretexto es simplemente disfrazarse. El disfraz puede ayudar pero el pretexto es una ciencia. En cierto modo, su personaje va a representarle de modo completamente distinto a quien es en realidad.

El pretexto se define como el acto de crear un escenario inventado para incitar al objetivo a que proporcione cierta información o que realice cierta acción. Es más que inventar una mentira, en algunos casos puede consistir en crear una identidad completamente nueva y utilizarla para manipular la obtención de información. Los auditores profesionales pueden utilizarlo para hacerse pasar por personas con ciertos trabajos que ellos mismos nunca han realizado. El pretexto no es una solución global única. Un ingeniero social debe desarrollar muchos a lo largo de su carrera. Todos tendrán una cosa en común: la investigación. P.e, imitar a la perfección a un técnico del servicio de asistencia es inútil si su objetivo no utiliza este tipo de servicio externo. El pretexto también se utiliza en otras áreas de la vida. Comerciales, oradores públicos, videntes, expertos en programación neurolingüística, incluso médicos, abogados y terapeutas también tienen que utilizar a veces algún tipo de pretexto. Todos ellos tienen que crear situaciones en las que la gente se sienta cómoda fácilmente facilitando información que normalmente no revelarían. La diferencia entre los ingenieros sociales y el resto de las personas está en las metas perseguidas. El ingeniero social debe vivir ese personaje durante un tiempo, no simplemente interpretar un papel. Muchos profesionales crean cuentas on-line de correo electrónico y en medios sociales para dar cobertura a sus pretextos.

Los presentadores de radio deben ser muy buenos creando pretextos porque constantemente deben tener la habilidad para facilitar a sus oyentes sólo la información que desean. La práctica es lo que hace bueno un pretexto.

Un aspecto importante que debe ser recordado es que la calidad del pretexto está directamente relacionada con la calidad de información obtenida. Cuanta más, mejor y cuanto más relevante sea la información reunida, más rápidamente se desarrollará el pretexto y tendrá éxito. Con la misma naturalidad con la que habla de sí mismo en una conversación, debe aplicar su pretexto

LOS PRINCIPIOS Y FASES DE PLANIFICACIÓN DEL PRETEXTO

Del mismo modo que con cualquier otra técnica, ciertos principios señalan los pasos hacia la realización de una tarea. El pretexto no es distinto. A continuación, se expone una lista de los principios que pueden utilizarse. Estos no son los únicos en absoluto; pueden añadirse otros, pero estos son los que encarnan la esencia del pretexto.

- **Cuanto más investigue, más probabilidad de tener éxito**
- **Si involucra sus intereses personales aumentarán sus opciones**
- **Practique dialectos y expresiones**
- **Haga esfuerzos de utilizar el teléfono**
- **Cuanto más simple sea el pretexto mayores serán las opciones de tener éxito**
- **El pretexto debe parecer espontáneo**
- **Proporcione al objetivo una conclusión lógica**

El primer principio se explica por sí solo, pero nunca se advierte lo suficiente que el nivel de éxito está relacionado directamente con el nivel y la profundidad de la investigación. Muchas veces son pequeños detalles los que marcan la diferencia. Recuerde: no hay información irrelevante. Al reunir información es buena idea buscar historias, elementos o aspectos de naturaleza personal. Utilizar las relaciones personales o sentimentales del objetivo también puede ayudarle a alcanzar su meta. Si averigua, p.e, que todos los años el director general dona una considerable suma de dinero a un centro de investigación contra el cáncer infantil, puede funcionar muy bien un pretexto que implique la recaudación de fondos para esta causa, por muy cruel que parezca esta idea. El problema está en que los ingenieros sociales maliciosos utilizan pretextos que se aprovechan de las emociones ajenas sin pensarlo dos veces. Esta tendencia se hace todavía más evidente justo después de la muerte de un cantante o un actor famoso. Los genios del posicionamiento en buscadores y del marketing consiguen en cuestión de horas que sus historias lleguen a las primeras posiciones en los motores de búsqueda. Los hackers aprovechan el incremento de la atención de los motores de búsqueda y lanzan sitios Web maliciosos que se nutren de ese posicionamiento. El hecho de que exista gente que saque provecho de la desgracia ajena es una realidad de este mundo y uno de esos rincones oscuros que abordamos.

Involucrar sus intereses personales puede parecer muy simple, pero es muy útil para convencer al objetivo de su credibilidad. Nada destruye más rápido la compenetración y confianza que una persona que afirma tener conocimientos sobre un tema y después no cumple con las expectativas. Incluir en su pretexto temas y actividades que le interesan le dará mucho de qué hablar y demostrará inteligencia y confianza. La confianza juega un papel muy importante en que el objetivo le crea. En ocasiones el pretexto es tan sencillo que obtendrá el conocimiento suficiente leyendo un libro o unos cuantos sitios web. Independientemente del método que utilice para ampliar sus conocimientos, es importante investigar los temas que le interesan personalmente. La confianza (siempre que no sea excesiva) genera seguridad, compenetración y hace que gente se sienta cómoda. Es importante encontrar un camino hacia sus objetivos que le da la oportunidad de hablar de temas con los que se sienta a gusto y de los que pueda hablar con seguridad.

En 1957, el psicólogo Leon Festinger desarrolló una teoría de la disonancia cognitiva. Esta teoría establece que la gente tiene tendencia a buscar la consistencia y coherencia entre sus creencias, opiniones y en general en todas sus aptitudes y procesos cognitivos. Cuando existe una inconsistencia entre aptitudes y comportamientos, debe hacer un cambio para eliminar la disonancia. El doctor Festinger estableció los dos factores que afectan a la intensidad de la disonancia:

- a) **La cantidad de creencias disonantes**
- b) **La importancia de cada creencia**

También estableció que existen tres modos de eliminar la disonancia (y esto es importante para el ingeniero social):

- a) **Reducir la importancia de las creencias disonantes**
- b) **Incluir más creencias consonantes que superen las disonantes**
- c) **Cambiar las creencias disonantes para que dejen de ser inconsistentes**

¿Cómo podemos utilizar esta información? Interpretar un sin confianza, cuando este pretexto exige que éste seguro de sí mismo, provoca disonancia automáticamente. Esta disonancia dispara las alarmas y se crean barreras a la compenetración, la confianza del objetivo y la capacidad para avanzar. Estas barreras afectan a la confianza del objetivo que intentará entonces equilibrar sus sentimientos disonantes, eliminando cualquier opción de que su pretexto funcione. Uno de los métodos para contrarrestar este efecto es incluir más creencias consonantes hasta que superen a las disonantes. Saber esto le permitirá llenar su mente de emociones, acciones, palabras y actitudes que crearán un sistema de creencias que superará los sentimientos que provocan duda. Por supuesto un ingeniero social habilidoso puede cambiar las creencias disonantes para que dejen de ser inconsistentes. Aunque es más compleja, es una habilidad poderosa. Si recuerda la serie de Médico precoz, el problema del médico, Doogie Howser, era que su pretexto de ser un gran médico no encajaba porque era demasiado joven. Aquello era una creencia disonante, pero sus conocimientos de medicina y sus acciones casi siempre pasaban a formar parte de las creencias consonantes de sus objetivos. El ingeniero social puede alinear su pretexto con las creencias de sus objetivos a través de sus acciones, actitudes y, sobre todo, con su conocimiento del pretexto. Estas son respuestas muy técnicas a un problema sencillo, pero debe comprender que sólo podrá llevar la representación de su papel hasta cierto punto. Elija su camino sabiamente.

Aunque unas estadísticas digan que en ventas un acento es mejor que otro o simplemente porque esté trabajando en un lugar lejano eso no significa que pueda poner el acento local. Ante la duda, déjelo. Si no puede imitar un acento a la perfección, si no resulta fluido y natural, mejor no lo intente. Los actores usan preparadores y sesiones de aprendizaje para hablar con claridad el acento del papel que tienen que representar. La mayor parte de los ingenieros sociales no pueden permitirse un preparador, pero existen varias publicaciones que pueden ayudarle a conocer los conceptos básicos para lograr un acento.

- ✓ **Escuche muestras del acento que quiere aprender**
- ✓ **Intente hablar al mismo tiempo que la grabación que este escuchando con el acento de esa persona**
- ✓ **Cuando se sienta seguro graba su conversación para comprobar si suena como esa persona**
- ✓ **Invente una situación y practique el acento con un ayudante**

✓ **Utilice el acento en público para ver si la gente se lo cree.**

Existen innumerables acentos y dialectos. Resulta útil escribir fonéticamente las frases que vaya a utilizar. Esto permite practicar leyéndolas y meterse las ideas en la cabeza para que el acento resulte más natural. Aunque no consiga hablar con otro acento resulta útil aprender expresiones que se utilicen en la zona donde está trabajando. Un método es pasar algún tiempo en lugares públicos escuchando hablar a la gente entre sí. Preste atención a las frases y ciertas palabras clave. Si percibe que se usan en varias conversaciones, busque el modo de introducirlas en su pretexto para ganar credibilidad. Una vez más este ejercicio requiere investigación y práctica.

Internet se ha convertido en la fuerza dominante de ciertos aspectos más impersonales de la ingeniería social, mientras que en el pasado el teléfono era parte integrante de la misma. Debido a este cambio, muchos profesionales no se toman la molestia de utilizar el teléfono, desestimando su utilidad. El teléfono es todavía una de las herramientas más poderosas del ingeniero social y no debe limitarse su utilización debido al carácter más impersonal de Internet. Cuando se planea un ataque telefónico, debe cambiar de mentalidad, porque usar Internet puede parecer más sencillo. Tenga en cuenta que debe poner el mismo esfuerzo, la misma profundidad en la investigación y en la recopilación de información y, lo que es más importante, la misma cantidad de práctica en sus ataques telefónicos. Hay una buena lección que aprender aquí: la otra persona al lado del teléfono no sabe lo que va a decir el otro, por lo que en realidad no hay nada que echar a perder. Las prácticas pueden ayudarle a aprender a manejar el terreno desconocido en el que cuando accidentalmente se altera alguna parte del guión esto pueda dejarle desorientado. Si no tiene la suerte de contar con un grupo con el que practicar y poner a punto sus habilidades, entonces tiene que ser creativo. Otro modo de practicar es grabar su voz como si estuviera hablando por teléfono para comprobar después cómo suena. Personalmente, opino que un guión es muy importante. Utilizar el teléfono para consolidar su pretexto es una de las vías de acceso más rápidas a su objetivo. El teléfono le permite parodiar o imitar prácticamente cualquier cosa. Considere este ejemplo: si quiero llamarle y aparentar que estoy en una oficina bulliciosa para apoyar mi pretexto sólo tengo que utilizar una pista de audio de Thiving Office. Este sitio web ofrece una pista de llamada ajetreada y otra llamada muy ajetreada. En un valioso CD, contiene los sonidos que la gente espera escuchar en las oficinas de una empresa consolidada. ¡Es sencillo, efectivo y está garantizado! Además falsificar la información del identificador de llamadas es relativamente sencillo. Con servicios como SpoofCard se puede hacer creer al objetivo que se está llamando desde una empresa concreta, desde la Casa Blanca o desde un banco. Con este servicio se puede falsificar el número desde el que está llamando desde cualquier parte del mundo.

Si el pretexto tiene tantos detalles complicados que olvidar uno supondría el fracaso de la acción, esta probablemente fracasará. Mantener la historia, los hechos y los detalles sencillos ayuda a generar credibilidad. No siempre hay tiempo para preparar la línea de acción a seguir, para ensayarla y memorizarla. Incluso cuando ha habido un amplio conocimiento previo y se ha ideado cuidadosamente una línea falsa, el mentiroso puede no ser suficientemente listo como para anticipar todas las preguntas que pueden formularse y haber pensado cuales serían las respuestas. Puede que ser listo tampoco sea suficiente, porque los cambios inesperados en las circunstancias pueden traicionar una línea que de otro modo sería efectiva. E incluso cuando no se ven obligados por las circunstancias a cambiarlas, algunos mentirosos tienen problemas para recordar las líneas que habían preparado previamente, por lo que esas nuevas preguntas no pueden contestarse rápida y consistentemente.

Esta idea tan importante explica claramente por qué la sencillez es la mejor opción. El pretexto debe ser fluido y natural. Debe ser fácil de recordar y, si le resulta natural, entonces recordar los hechos y las líneas seguidas previamente no será tarea complicada. Un pretexto simple permite que la historia crezca y que el objetivo utilice su imaginación para completarla. No intente hacer su pretexto muy elaborado y, sobre todo, recuerde los pequeños detalles que marcarán la diferencia en el modo en que la gente percibe el pretexto. Por otra parte, aquí tiene un lado interesante: una táctica popular entre los delincuentes y los estafadores es cometer errores a propósito. La idea es que nadie es perfecto y algún que otro error hace que la gente se relaje. Tenga cuidado eligiendo los errores que va a cometer si decide utilizar esta táctica porque complica su pretexto, pero hace que la conversación resulte más natural. Utilice esta técnica con moderación e independientemente de cómo decida proceder, hágalo con sencillez. Un pretexto muy utilizado es el del técnico de asistencia. Para llevarlo a cabo sólo hace falta vestirse con un polo y unos pantalones caquis y llevar una pequeña bolsa de herramientas para ordenadores. Muchos profesionales deciden utilizar esta táctica porque el técnico de asistencia se le suele dar acceso a cualquier parte sin supervisión. Se aplica la misma regla: desarrollar un argumento simple ayudará a que este pretexto resulte real y creíble.

Conseguir que el pretexto parezca espontáneo nos lleva de vuelta al punto de utilizar un esquema en lugar de un guión. El esquema siempre permitirá más libertad de movimientos mientras que el guión puede provocar que el ingeniero social suene demasiado robótico. También implica que se utilicen elementos o historias que le interesen personalmente. He confeccionado una lista con las maneras de poder practicar la espontaneidad:

- ✓ **No piense en sus propios sentimientos:** Este es un buen punto porque muchas veces, durante el pretexto, si piensa demasiado pueden mezclarse muchas emociones, provocando miedo, nerviosismo o ansiedad. Por otra parte, puede que no sienta nerviosismo o miedo, pero puede sentirse sobreexcitado y cometer muchos errores
- ✓ **No se tome a sí mismo demasiado en serio:** Como ingeniero social, tiene un trabajo serio; la seguridad es un asunto serio. Pero si no es capaz de reírse de sus errores puede bloquearse o ponerse tan nervioso que no pueda sobreponerse a un pequeño bache en el camino. No estoy sugiriendo que se tome la seguridad como una broma, pero si considera que un error potencial será la cumbre del fracaso en la vida, la presión puede provocar que suceda aquello que más teme. Los pequeños fallos pueden conducir a un gran éxito si sabe cómo arreglárselas
- ✓ **Aprenda a identificar lo que es importante:** Un ingeniero social puede estar planeando lo que va a ocurrir tres pasos más adelante y mientras tanto pasar por alto un detalle importante que haga que el pretexto fracase. También tenga en

cuenta que la gente percibe cuándo alguien no está escuchando lo que está diciendo. Haga el esfuerzo de escuchar a su objetivo. Preste atención y captará pequeños detalles que pueden ser importantes y llevarle al éxito

- ✓ **Intente acumular experiencia:** Entable conversaciones con la gente sin resultar intimidatorio. Pequeñas y sencillas conversaciones pueden ayudarle mucho a sentirse cómodo y espontáneo. Tener la habilidad de resultar espontáneo es un don. Tom Mischke tiene un interesante punto de vista sobre la espontaneidad. Él dice que quiere provocar la ilusión de ser espontáneo, a base de práctica y preparación. Practica tanto que su pretexto resulta una exhibición espontánea de humor y talento

Aunque no lo crea, a la gente le gusta que le digan lo que debe hacer. Una vez que haya terminado con un objetivo, puede que quiera que realice una acción o puede que tenga lo que quería y sólo desee marcharse. En cualquier caso, es importante proporcionarle al objetivo una conclusión lógica para satisfacer sus expectativas. El caso más complejo es cuando el objetivo tiene que realizar alguna acción después de que el auditor se marche. Si la acción es fundamental para completar la auditoría, quizá lo mejor es que intente realizar la acción el propio auditor. Lo que está pidiendo debe cuadrar con el pretexto. Si representa un técnico de asistencia, no puede dar órdenes a la gente de alrededor diciéndoles lo que tienen que hacer. Si es un mensajero, no puede pedir acceso al cuarto de servidores

MANTENERSE EN EL TERRENO LEGAL

- Utilizar información obtenida previamente para confirmar que alguna persona o entidad es un objetivo, es legal siempre y cuando esos datos no se utilicen para obtener información de una institución financiera
- Obtener registros de teléfonos móviles o de llamadas telefónicas mediante prácticas engañosas es considerado un pretexto ilegal
- Es ilegal utilizar afirmaciones o documentos falsos, fraudulentos o ficticios para obtener información de clientes de una institución financiera o directamente de un cliente de una institución financiera
- Es ilegal utilizar documentos falsificados, perdidos o robados para obtener información de clientes de una institución o directamente del cliente de una institución financiera
- Es ilegal pedirle a una persona que consiga información de cliente de otra utilizando afirmaciones, documentos falsos, fraudulentos o ficticios o documentos falsificados, perdidos o robados.

Es importante para un auditor estudiar las leyes locales y asegurarse de no violarlas. En 2006, la Comisión federal de comercio incluyó una norma que prohibió específicamente la utilización del pretexto para obtener registros telefónicos. Para mantenerse en la legalidad cuando ejecute sus pretextos deberá investigar un poco y definir un plan aprobando los pretextos que se vayan a utilizar. Independientemente de las consideraciones legales mencionadas, utilizar un pretexto sólido es una de las maneras más rápidas de acceder a una empresa. El pretexto es un talento en sí mismo, no consiste simplemente en ponerse una peluca y unas gafas de sol y pretender ser quién no es.

HERRAMIENTAS ADICIONALES PARA MEJORAR EL PRETEXTO

Existen otras muchas herramientas que pueden mejorar su pretexto. Los elementos añadidos pueden ayudar mucho a convencer al objetivo de que su pretexto es real. Y lo más importante es una tarjeta de visita. Por supuesto, no de las baratas que se consiguen en internet. No subestime el poder de una tarjeta de visita. Una advertencia: una tarjeta de mala calidad y aspecto miserable puede provocar el efecto contrario

TRUCOS MENTALES: LOS PRINCIPIOS PSICOLÓGICOS UTILIZADOS EN INGENIERÍA SOCIAL

1. **Las modalidades sensoriales:** Para poder alterar la manera de pensar de alguien, debe comprender la forma y el modo en que esa persona piensa. Éste es el primer paso del proceso. Simplemente confirmando su conducta no verbal ante el cliente, utilizando un lenguaje del sistema representacional preferencial del cliente e igualando su volumen, su tono de voz y su área de lenguaje, a menudo será suficiente para superar el rechazo del cliente a comunicarse
2. **Los sentidos:** Creo que el mundo entra en nuestro cerebro a través de los sentidos. La gente interpreta estos sentidos como su percepción de la realidad. Según la clasificación tradicional tenemos cinco sentidos: vista, oído, tacto, olfato y gusto. La gente tiende a favorecer el uso de uno de esos sentidos y éste es el que se denomina preferencial. Este sentido también determina la forma en que se recuerdan las cosas. Por supuesto, esto no es una ciencia exacta y para determinar su sentido preferente puede necesitar varios intentos.
 - 2.1. **Las tres modalidades sensoriales básicas:** Aunque tenemos cinco sentidos, las modalidades sensoriales están asociadas a tres de ellos solamente. Cada sentido trabaja dentro de un registro o submodalidad. ¿Algo está demasiado alto o bajo? ¿Es muy brillante o muy oscuro? ¿Está muy caliente o muy frío?, etc. Muchos de nosotros podemos pensar en todas las modalidades pero tenemos una preferencial. Y en ese sentido preferencial existen varios grados de profundidad.
 - 2.1.1. **La vista o el pensador visual:** La mayoría de la gente es pensadora visual. Recuerdan claramente una escena: los colores, texturas, la claridad u oscuridad. Pueden representar mentalmente la imagen de un evento pasado e incluso crear una imagen de un evento futuro. Muchas veces el pensador visual tomará una decisión en base a lo que le atrae visualmente sin importarle lo que es mejor para él. Aunque los hombres tienden a ser pensadores visuales, esto no quiere decir que todos lo sean. Es verdad que el marketing visual o los aspectos visuales atraen a los hombres, pero no dé por hecho que todos los hombres son pensadores visuales. Una persona visual utiliza a menudo expresiones, como:
 - 2.1.1.1. **Ya veo lo que quieres decir**
 - 2.1.1.2. **Eso tiene buena pinta**
 - 2.1.1.3. **Me lo imagino**

El registro en el que trabaja el sentido preferente en un pensador visual puede tener ciertas características o submodalidades, como:

- **Luminosidad**
- **Tamaño**
- **Color**
- **Movimiento**
- **Enfoque**

2.1.2. **El oído o el pensador auditivo:** Los pensadores auditivos recuerdan los sonidos de un evento. La gente auditiva aprende mejor de lo que oye y puede retener mucha más información de lo que se les cuenta que de lo que se les enseña. Utilizan frases como:

- 2.1.2.1. **Alto y claro**
- 2.1.2.2. **Algo me dice que**
- 2.1.2.3. **Eso suena bien**

Y en el registro de este sentido preferente se encuentran todas estas submodalidades:

- **Volumen**
- **Tono**
- **Grado**
- **Ritmo**
- **Distancia**

Con los pensadores auditivos es fundamental elegir cuidadosamente las palabras. Las palabras que oigan serán claves.

2.1.3. **El tacto o el pensador cinestésico:** Los pensadores cinestésicos se centran en las sensaciones. Recuerdan cómo los hizo sentir un evento. A menudo, a estas personas les gusta sentir los objetos tocándolos con las manos. El término cinestesia está relacionado con lo táctil, lo visceral y la consciencia del propio cuerpo; básicamente, el reconocimiento del propio cuerpo en el espacio y de lo que las cosas le hacen sentir. Un pensador cinestésico utiliza frases como:

- 2.1.3.1. **Capto la idea**
- 2.1.3.2. **¿Qué te parece?**
- 2.1.3.3. **Nos mantenemos en contacto**
- 2.1.3.4. **Sólo quería darte un toque**
- 2.1.3.5. **¿Qué se siente?**

El registro de este tipo de pensador puede tener las siguientes submodalidades:

- **Intensidad**
- **Área**
- **Textura**
- **Temperatura**
- **Peso**

Para las personas no cinestésicas esos pensadores son los más difíciles de manejar porque no reaccionan a imágenes o sonidos y hay que contactar con sus sentimientos para comunicarse con ellos

- 2.2. **Determinar el sentido preferente:** Las claves para determinar el sentido preferente es presentarse a alguien, empezar una conversación y permanecer atento a lo que se dice. Cuando se acerca al objetivo para saludarlo, puede que prácticamente no le mire. En este caso, a lo mejor es un poco grosero o puede que no sea pensador visual. Hacer preguntas que contengan palabras clave, observar las reacciones del objetivo y escuchar pueden revelar su sentido preferente. No es una ciencia exacta. No existe una norma general que establezca que si una persona dice: "ya veo lo que quieres decir" signifique con toda seguridad que esa persona sea un pensador visual. Una advertencia: hablarle a alguien en un sistema representacional distinto del que emplea normalmente, puede molestar a algunas personas. Haga las preguntas con moderación y apóyese más en la observación
- 2.3. **Por qué es tan importante entender esta modalidad:** La gente se siente cómoda cuando está en su elemento. Cuanto más pueda hacer porque la gente se encuentre cómoda, mayores probabilidades de éxito tendrá. La gente gravita hacia las personas con las que se siente bien; es la naturaleza humana. Quiero reiterar este punto: encontrar y utilizar el sentido preferente de una persona no es una ciencia exacta. Debe utilizarse como una herramienta más del arsenal y no depender de ello como si fuera algo científico o mágico.
- 2.4. **Las microexpresiones:** Cuando alguien está contento, triste o enfadado, cuando alguien tiene un sentimiento, se puede observar el rostro y ver ese sentimiento. Las expresiones que mostramos en nuestro rostro durante períodos de tiempo largos se llaman macroexpresiones y con ellas es fácil ver el sentimiento que está transmitiendo. Al igual que las microexpresiones, las macroexpresiones se controlan con nuestros sentimientos, pero son involuntarias y normalmente no se pueden fingir. Unos cuantos pioneros en el estudio de la conducta humana han pasado décadas investigando lo que han denominado microexpresiones, para entender cómo se transmiten las emociones los humanos. Las microexpresiones no se pueden controlar fácilmente y ocurren como reacción a los sentimientos. A menudo, esas expresiones duran tan solo una vigésima de segundo. Probablemente, uno de los investigadores más influyentes en el campo de las microexpresiones es el doctor Paul Ekman, que convirtió las microexpresiones en la ciencia que es hoy

día. Su investigación reveló que, contrariamente a la creencia popular, las emociones no están determinadas culturalmente sino que son biológicas y universales a través de todas las culturas. En los años setenta el doctor Ekman desarrolló el sistema de codificación facial de acciones para etiquetar y numerar todas las expresiones humanas concebibles. Su trabajo evolucionó para integrar, no sólo las expresiones faciales, sino también cómo se involucra el cuerpo completo en realizar el engaño. El doctor Ekman había identificado una lista de expresiones que se relacionaban con emociones básicas o biológicamente universales. Como ingeniero social, comprender las emociones le será de gran ayuda a la hora de proteger a sus clientes y enseñarles a detectar pequeñas señales de engaño. El doctor Ekman catalogó seis microexpresiones principales y después añadió el desprecio a la lista para formar un total de siete.

- 2.4.1. **Ira:** La ira o enfado se detecta normalmente con más facilidad que otras expresiones. Los labios se tensan y estrechan. Las cejas se inclinan hacia abajo y se juntan. Y, por supuesto, está el rasgo más característico de la ira: la mirada. Si mantener una expresión nos provoca una emoción, eso debe significar que nuestros movimientos faciales pueden afectar a nuestros sentimientos y puede que incluso a los sentimientos de quienes nos rodean
- 2.4.2. **Repugnancia:** La repugnancia es una emoción intensa como reacción a algo que nos disgusta mucho. Este algo no tiene por qué ser físico, también puede tratarse de una creencia o un sentimiento. Según la investigación del doctor Ekman, la repugnancia es una de las emociones que surge como reacción a la visión, olor o incluso recuerdo de algo desagradable. Desde el punto de vista de la ingeniería social, esta emoción no es un buen camino hacia el éxito. Si por algún motivo provoca repugnancia en su objetivo, lo más probable es que éste perdido. Si su aspecto, estilo, olor, aliento u otro aspecto de su persona provoca que una persona sienta repugnancia, seguramente se le cerraran las puertas del éxito. Debe ser consciente de lo que sus objetivos toleran o no. Debe tener muy en cuenta su aspecto cuando prepare un pretexto. Si detecta en su objetivo una emoción tan negativa como la repugnancia, debe considerar marcharse disculpándose educadamente y volver a preparar su pretexto o encontrar una nueva vía de acceso.
- 2.4.3. **Desprecio:** El desprecio es una emoción fuerte que se confunde a menudo con la repugnancia por estar muy relacionadas. El desprecio sólo se siente por personas o por actos de personas. El hecho de que el desprecio va dirigido a una persona en lugar de a un objeto, es fundamental para comprender las microexpresiones que implica. El desprecio se caracteriza por la nariz arrugada y la elevación del labio, pero sólo en un lado de la cara, mientras que en la repugnancia se eleva todo el labio superior y se arruga la nariz completa. Intente imitar el desprecio y quizá sentirá ira y desprecio. Ésta es una emoción que debe evitar que surja en la persona con la que está interactuando, sobre todo si es en el ámbito profesional
- 2.4.4. **Miedo:** El miedo se confunde a menudo con la sorpresa porque ambas emociones causan reacciones parecidas en el rostro. Intente provocar esta emoción en sus microexpresiones siguiendo estos pasos:
 - **Levante las cejas todo lo que pueda**
 - **Deje caer la boca ligeramente abierta y tire de los extremos hacia atrás**
 - **Si puede junte las cejas mientras las eleva al máximo**

Desde el punto de vista profesional, el miedo se utiliza para que la gente reaccione de cierta manera. Los ingenieros sociales malintencionados utilizan tácticas como el miedo para conseguir que un usuario desprevenido haga clic en un banner o revele una información valiosa: P.e, un banner malicioso puede anunciar: "Su ordenador está infectado con un virus. Haga clic aquí para arreglarlo ¡ahora!". Este tipo de banner se aprovecha de usuarios con pocos conocimientos técnicos que hacen clic y justo entonces su ordenador se infecta realmente. El miedo puede motivar mucho a una persona para hacer cosas que de otra forma no haría.

- 2.4.5. **Felicidad:** La felicidad tiene muchas facetas, tantas, que se podría escribir un capítulo entero sobre ella. El doctor Ekman explicó varios puntos interesantes sobre la felicidad y otras emociones parecidas y cómo afecta a la persona experimentando esa emoción y a las personas a su alrededor. Me centraré en un par de aspectos de la felicidad, sobre todo en la diferencia entre una sonrisa falsa y otra verdadera. Duchenne de Boulogne, realizó una investigación fascinante sobre la sonrisa. Fue capaz de colocar electrodos en el rostro de un hombre y activar en él la misma respuesta muscular que una sonrisa. Aunque el hombre estaba usando los músculos exactos de la sonrisa. Boulogne determinó que se trataba de una sonrisa falsa. Cuando alguien sonríe de verdad, se activan dos músculos, el cigomático mayor y el orbicular de los párpados. El orbicular (músculo alrededor de los ojos) no puede activarse voluntariamente y eso es lo que diferencia una sonrisa real de una falsa. Aunque estudios recientes indican que es posible activar este músculo voluntariamente, en la mayoría de los casos lo que distingue una sonrisa falsa son los ojos. Una sonrisa real es amplia, con ojos estrechos, mejillas elevadas y los párpados inferiores levantados. Se dice que una sonrisa real involucra toda la cara, desde los ojos a la boca
- 2.4.6. **Tristeza:** Es una de esas emociones que podemos sentir cuando vemos a otras personas experimentándola. Para mostrar lo sencillo que es sentir tristeza, intente lo siguiente:
 - **Deje la boca ligeramente abierta**
 - **Tire de los extremos de la boca hacia abajo**
 - **Mantenga los labios en posición y mientras tanto intente levantar las mejillas como si quisiera entrecerrar los ojos**
 - **Manteniendo esa posición, mire hacia abajo y deje que los párpados caigan**

Otro aspecto de la tristeza que hace de ella una emoción increíble es que no siempre se manifiesta como desesperación o pena profunda. La tristeza puede ser muy sutil. También puede aparecer en un lado solo de la cara. La gente a veces intenta disimular la pena pero su expresión delata que está intentando controlar las emociones que siente. Los ojos son los mejores indicadores de la tristeza. La expresión se puede confundir con

el cansancio y otros sentimientos que causan un movimiento de ojos parecido. Relacionar el lenguaje corporal con lo que se ve en el rostro puede ayudar a determinar si es tristeza u otra emoción. Esto es especialmente válido cuando se trata de culturas diferentes a la mía. Especialmente en culturas donde se cubre gran parte del rostro. En estos casos es muy importante el lenguaje corporal para determinar si lo que se ve es realmente tristeza. La tristeza se utiliza mucho en ingeniería social porque puede provocar que la gente realice alguna acción como hacer un donativo o dar cierta información. Desgraciadamente, los ingenieros sociales malintencionados utilizan a menudo este activador emocional para sonsacar a sus víctimas. Cuando examina los ojos es cuando queda claro si una sonrisa es falsa o no al ver las dos sonrisas juntas en una foto. Cuando una persona ve una sonrisa real en el rostro de otra, se puede disparar ese mismo sentimiento en su interior y provocar una sonrisa también. Desde el punto de vista del ingeniero social, saber detectar y generar sonrisas auténticas es una habilidad muy valiosa. Es importante que el objetivo se sienta cómodo, para tener un efecto lo más positivo posible sobre él. Los ingenieros sociales de cualquier clase suelen iniciar sus conversaciones con una sonrisa.

2.4.7. **Sorpresa:** La sorpresa está íntimamente relacionada con el miedo debido a ciertas similitudes. Aun así existen algunas diferencias como la dirección de los labios y el modo en que reaccionan los ojos. Para simular está microexpresión puede:

- **Elevar las cejas; no como en caso de miedo; sino con el objetivo de abrir los ojos tanto como pueda**
- **Deje que se descuelgue la mandíbula y abra ligeramente la boca**
- **Cuando haya memorizado el movimiento, intente hacerlo deprisa**

La sorpresa puede ser buena o mala. También puede provocarla un evento, afirmación o pregunta que no se espera. Si la sorpresa es positiva, a menudo provoca una sonrisa o respuesta jovial después de que se desvanece el efecto inicial. Un ingeniero social puede utilizar la sorpresa para abrir al objetivo, por así decirlo; si después continúa con una ocurrencia o un chiste el objetivo se sentirá cómodo rápidamente y bajará la guardia.

2.5. **Cómo detectar microexpresiones:** En la vida real, gran parte de la investigación que se ha realizado en este campo consiste en sentarse a analizar sesiones pregrabadas fotograma a fotograma. Después de muchos años trabajando en este campo, es probable que el doctor Ekman sea capaz de detectar y analizar microexpresiones muy rápidamente. En los años setenta realizó un proyecto de investigación en el que identificó a ciertas personas que tenían la habilidad natural de detectar y analizar correctamente las microexpresiones. La expresión está relacionada con una emoción, pero no le dice por que aparece esa emoción. Hay que tener la precaución de no dar nada por sentado. Puede llegar a ser muy bueno interpretando microexpresiones: no obstante, en secciones posteriores se explica cómo combinar esta habilidad con tácticas de interrogatorio, interpretación del lenguaje corporal y técnicas de obtención de información para, además de descubrir lo que están pensando sus objetivos conducirlos por el camino que desea.

2.6. **Cómo utilizan las microexpresiones los ingenieros sociales:** Se explican dos métodos para utilizar las microexpresiones. El primero consiste en utilizarlas para provocar o causar una emoción y el segundo tiene el objetivo de detectar engaños. Se puede manipular a una persona para que entre en cierto estado emocional exponiéndola a muestras sutiles de esa emoción. Si el ingeniero social permite que sus emociones se desaten, puede dar muestras de miedo, que está conectado con el nerviosismo. Ese miedo puede derivar en un sentimiento incómodo en una recepcionista y en fracaso o rechazo de una petición. Mientras que si es capaz de controlar sus emociones y crear microexpresiones de sutiles muestras de tristeza, que se relaciona directamente con la empatía, entonces tiene bastantes probabilidades de que se atienda su petición. Si aprende a exhibir las muestras sutiles de estas microexpresiones conseguirá que las neuronas de su objetivo imiten el estado emocional que perciben, haciéndolos vulnerables a acceder a sus requerimientos. Aunque las peticiones se diseñan para que la gente desee ayudar, salvar o cuidar al otro, las medidas de seguridad deben prevalecer. Para utilizar las microexpresiones en su máximo potencial, a menudo tendrá que combinarlas con otros aspectos de la conducta humana. Este tema ha sido el origen de un debate muy intenso entre profesionales que afirman que los movimientos oculares, el lenguaje corporal, la expresión facial o la combinación de todos ellos pueden distinguir la verdad del engaño. Mientras que hay quienes no creen que esto pueda ocurrir, otros consideran que este método puede utilizarse como una ciencia exacta. Hay cuatro elementos que pueden ayudar a detectar el engaño en un objetivo:

2.6.1. **Contradicciones:** Las contradicciones pueden dar lugar a una confusión porque en ocasiones también tiene lugar en afirmaciones sinceras. Cuando recuerdo los detalles, puede que estos no sean más que mi versión de la realidad y no la forma en que la historia ocurrió de verdad. Lo que debe provocar una contradicción es que indague más. Una buena manera es observar las microexpresiones mientras le pregunta a la persona sobre esas contradicciones

2.6.2. **Indecisión:** Se puede utilizar la indecisión para detectar una mentira potencial. Si formula una pregunta que debería responderse rápidamente pero la persona duda un momento, puede ser una indicación de que está tomando tiempo para inventar una respuesta. Otra táctica a tener en cuenta es cuando antes de contestar la persona repite la pregunta como si se estuviera asegurando de que es correcta. Hacer eso le da tiempo a inventarse la respuesta. La utilización de la indecisión para detectar un engaño no es una ciencia exacta pero puede ser un buen indicador. Hay gente que piensa antes de responder. Si alguien habla más despacio que yo, no significa que me esté engañando. Si la emoción que muestra no concuerda con la pregunta formulada, entonces puede que merezca la pena investigar un poco más

2.6.3. **Los cambios de actitud:** Durante una conversación puede cambiar la actitud del objetivo cada vez que se aborda un nuevo tema. Puede que detecte un cambio en la expresión o en la forma en que se sienta o una clara indecisión. Estas acciones pueden ser indicativas de un engaño. Para comprobarlo, será conveniente profundizar

en el tema en cuestión sin levantar sospechas. Estas conductas pueden indicar que la persona está aprovechando el tiempo para inventar la historia, recordar hechos o decidir cuánto contar del asunto.

- 2.6.4. **Gesticulación con las manos:** A menudo, la gente utiliza las manos para ilustrar lo que está diciendo. Es importante observar los cambios de tamaño, frecuencia o duración de los gestos con las manos. Además debe prestar atención a las expresiones faciales que puedan tener algún significado. Es conveniente tener un plan preparado para responder cuando se detecta una mentira. Todo se reduce simplemente a que como auditor de seguridad debe aprender a utilizar microexpresiones de la gente para determinar si está mintiendo o diciendo la verdad y si está afectando al objetivo en la forma deseada. En algunos casos incluso podrá utilizar ciertas expresiones para manipular al objetivo hacia un estado mental concreto. Cuando utilice las microexpresiones tenga cuidado de tener en consideración todos los factores en juego para determinar, lo más precisamente posible, la razón de esa emoción. Si dañar el sistema de creencias de una persona o su estabilidad psicológica o laboral puede darle beneficios, puede estar seguro de que el ingeniero social malintencionado elegirá ese camino.

Las personas de malas intenciones pasan mucho tiempo aprendiendo sobre la gente y sobre lo que les afecta. Este conocimiento hace que sea más fácil localizar una víctima adecuada. Esta sección sólo ha rozado la superficie del mundo de las microexpresiones; se han llenado volúmenes con el trabajo de muchos profesionales de este campo.

- 2.6.5. **La programación neurolingüística (PNL):** La programación neurolingüística (PNL) es el modo en que los hombres piensan y experimentan el mundo que los rodea. Se trata de una materia intrínsecamente controvertida, que la estructura de la PNL no conduce a fórmulas precisas ni a datos estadísticos. Su estructura deriva en modelos que explican cómo funcionan estos principios. A partir de estos modelos, se han desarrollado técnicas para cambiar pensamientos, técnicas, conductas y creencias de forma rápida y efectiva. La programación neurolingüística es un modelo de comunicación interpersonal interesado principalmente en las relaciones entre patrones exitosos de conducta y las experiencias subjetivas (en especial patrones de pensamiento) subyacentes y un sistema de terapia alternativa que pretende educar a las personas en el conocimiento de sí mismas y en una comunicación efectiva para cambiar sus patrones de conducta mental y emocional. Sus raíces no residen en la magia callejera; sino que tiene raíces psicológicas profundas. Ésta incluye conceptos como el anclaje, la reestructuración, el patrón suizo, el cambio de creencias o las submodalidades. A pesar de su complicada historia, la PNL puede mejorar sus habilidades como ingeniero social.
- 2.6.6. **Los códigos de la programación neurolingüística:** A principios de los setenta, la PNL tenía un código compuesto por el cuerpo de aprendizaje e investigación colectivos que generó el primer libro y el término programación neurolingüística. El nuevo código de la PNL es un marco ético y estético para el desarrollo de la PNL.
- 2.6.7. **El nuevo código de la PNL:** Las ideas originales que forman la PNL, nacieron en la década de los años setenta. Con el paso del tiempo, debía cambiarse el antiguo código para adecuarlo a los tiempos modernos. Para crear un nuevo código que se centraba más en lo que la persona piensa o cree que va a suceder y en cambiar esa creencia. Para lograr ese cambio, es necesario aprender técnicas para poder ampliar las percepciones, superar antiguos patrones de pensamiento y cambiar ciertos hábitos. El nuevo código se centra en los conceptos clave de los estados, las relaciones conscientes/inconscientes y los filtros perceptivos, que apuntan a los estados mentales del individuo y a su percepción de estos estados. Fundamentalmente, el nuevo código establece que para realizar un cambio el cliente debe involucrar su subconsciente, la nueva conducta debe satisfacer su intención positiva original y el cambio debe ocurrir a nivel interno en el estado mental y no a nivel conductual. El nuevo código explica cómo la PNL, puede provocar cambios serios y drásticos en el pensamiento de la persona. Este concepto es clave para la ingeniería social porque cuando comience a investigar y analizar el nuevo código descubrirá cómo puede utilizarse para manipular a las personas. Antes de eso, debe comprender los patrones que utiliza el nuevo código.
- 2.6.8. **Los patrones del nuevo código:** La gente suele tener problemas parecidos, por este motivo se han desarrollado grupos de patrones que ayudan a los terapeutas a utilizar la PNL, en su práctica profesional. Un ejemplo de patrón sería un plan, haciendo que el objetivo hable de sus sueños. Una vez que consigue que hable sobre sus metas y aspiraciones puede proponer su producto o servicio como una solución perfecta para alcanzar sus metas.
- 2.6.9. **Cómo utilizar la PNL:** Muchas de las personas y principios de la PNL conducen a materias como la hipnosis y otras parecidas. Aunque no es buena idea emplear la hipnosis en una auditoría de seguridad, si puede servirse de muchos principios de la PNL. Por ejemplo, debe aprender a usar su voz, su lenguaje y la elección de las palabras para guiar a la gente por el camino que desea.
- 2.6.10. **La voz en la PNL:** Puede usar la voz para insertar órdenes en un individuo del mismo modo en que puede utilizar un código para insertar órdenes o comandos en una base de datos SQL. La inserción sucede por la forma en que dice las cosas; el momento concreto de la inserción se encuadra en una conversación normal. Muchas veces el modo de decir las cosas es más importante que lo que se dice. Además utilizar los tonos de su voz para enfatizar ciertas palabras de una frase puede provocar que el subconsciente del objetivo se centre en esas palabras.
- 2.6.11. **La estructura de la frase:** En el lenguaje hablado, el tono de la frase indica si lo que se está diciendo es una pregunta, una afirmación o una orden. Al formular una pregunta, la voz se eleva al final de la frase. Puede introducir órdenes en las frases simplemente cambiando el punto en el que éstas decaen. A continuación, se encontrará algunos consejos para modular su voz en sus auditorías de seguridad:
- **Practique:** sus subidas y bajadas de tono no deben sonar artificiales, deben ser sutiles
 - **Sea cuidadoso estructurando la frase:** elabore frases que potencien su habilidad para lograr la meta. No sea excesivamente directo.

- **Sea realista:** no pretenda que la gente caiga rendida a sus pies en cuanto diga cualquier cosa. Lo que hacen estas técnicas es situar a su objetivo en posición para que sea más fácil que logre lo que quiere de ellos
- **Existe una técnica llamada la voz definitiva:** que si se domina produce muy buenos resultados. La habilidad de insertar órdenes en una conversación normal es muy útil cuando se domina. La voz definitiva es la habilidad de introducir órdenes en la mente de la gente sin que piense en ello. Ponga un énfasis especial en las vocales que quiere acentuar
 - **Desplace la voz**
 - **Utilice los registros**
 - **Practique la resonancia**

Cuando quiere introducir una orden oculta en una frase bajando el tono de voz es fundamental llevarlo a cabo con la sutileza suficiente para que el objetivo no se dé cuenta. Para terminar esta sección considere estas tres cosas en las que debe centrarse cuando estudie la PNL:

- **Tonos de voz:** El tono de su voz, así como el énfasis que ponga en las palabras, puede cambiar por completo el significado de una frase. Utilizando el tono y el énfasis adecuado puede introducir órdenes en el subconsciente del objetivo logrando que sea más vulnerable a la sugestión
- **Elija sus palabras con cuidado:** Aprenda a elegir las palabras que tengan un mayor impacto. Utilice palabras positivas cuando quiera que el objetivo asocie un pensamiento positivo a esas palabras y palabras negativas cuando pretenda lo contrario. Esta técnica también le ayudará a conseguir que su objetivo sea más maleable.
- **Elabore una lista de las frases imperativas que puede utilizar en persona o al teléfono durante una auditoria de seguridad:** Escribir y practicar frases imperativas le ayudará a recordarlas y utilizarlas cuando lo necesite.

La PNL es una materia poderosa y, al igual que con las microexpresiones, solo hemos rozado la superficie.

ENTREVISTAS E INTERROGATORIOS

La diferencia principal entre una entrevista y un interrogatorio es que la entrevista se realiza en un ambiente cómodo física y psicológicamente, mientras en un interrogatorio la idea es presionar al objetivo haciéndole sentir incómodo con el emplazamiento y las preguntas formuladas para que el objetivo confiese o revele alguna información que posee. Los principios para interrogar correctamente se utilizan ampliamente por los mejores auditores profesionales. La mayoría de ellos considera que es importante dedicar un tiempo considerable a dominar las técnicas para colocar al objetivo en una situación de desasosiego psicológico que ayude a sonsacarle información con más facilidad.

Antes de realizar un interrogatorio o una entrevista, es necesario haber procedido a una recopilación de información. Debe saber cómo abordar a un objetivo y qué decirle y tener en mente el camino que va a tomar con él. Preste atención al entorno y al os posibles cambios en el objetivo durante el primer acercamiento y la conversación. Uno de los errores más comunes en las personas que se inician en los interrogatorios y entrevistas es asumir que cualquier cambio en la conducta tiene una gran importancia. No tenga solo en cuenta un signo; fíjese en grupos de signos. Lo más importante es observar los grupos de cambios y tomar nota del tema que se está tratando cuando esos cambios tienen lugar. Estas son algunas áreas que se deben observar en busca de cambios al iniciar una entrevista o interrogatorio:

- **La postura corporal:** Erguido, abatido, ladeado
- **El color de la piel:** Pálido, enrojecido, blanco, cambios de color
- **La posición de la cabeza:** Erguida, inclinada, hacia delante o atrás
- **Los ojos:** dirección, apertura
- **Las manos y los pies:** Movimiento, posición, color
- **Boca/labios:** Posición, color, inclinación hacia arriba o abajo
- **Sentido preferencial:** Visual, auditivo, cinestésico
- **Voz:** tono, ritmo, cambios
- **Palabras:** Cortas, largas, número de sílabas, disfunciones, pausas.

Preste especial interés a las palabras que usa su objetivo. Fíjese en su voz y el modo en que contesta las preguntas durante el proceso. Cuando formula una pregunta, ¿Cuánto tiempo tarda en contestar? Si responde rápido puede ser signo de ser una respuesta ensayada. Si se toma demasiado tiempo puede ser que se esté inventando la respuesta. El tiempo de respuesta cambia en cada persona, por lo que debe ser capaz de determinar cuál es la pauta natural de su interlocutor. En una actuación de ingeniería social, es importante establecer rápidamente cuáles son las reacciones naturales del objetivo. La clave del éxito en esta faceta es ser muy observador. Un método efectivo para establecer los valores de referencia del objetivo consiste en formular preguntas que le obliguen a acceder a distintas partes de su cerebro. Si se realizan preguntas inofensivas que requieren un ejercicio de memoria simple y preguntas que requieren la utilización del pensamiento creativo. Entonces, deben observarse manifestaciones externas de la activación de la memoria, tales como las microexpresiones y las señales corporales. Otra área a la que prestar atención son los cambios de tiempo verbal y en la utilización de los pronombres. Los cambios en el tiempo verbal pueden ser señales de que merece la pena investigar más a fondo. Cambiar de tiempo verbal puede indicar un engaño. Cuando el objetivo cambia el tiempo verbal puede ser una indicación de que está inventando la respuesta o de que está pensando en una afirmación anterior para elaborar su respuesta. Continuar investigando puede revelar la verdad en estos casos. También deben vigilarse los cambios en el tono y en la

velocidad de la voz (¿está aumentando su estrés?). Los interrogatorios profesionales están compuestos por varias partes. Las siguientes secciones explican cada una de estas partes en el contexto que concierne a un auditor profesional.

La confrontación positiva: En la terminología de las fuerzas del orden, la confrontación positiva no se refiere a algo bueno o positivo; significa que el agente le está explicando al sospechoso que él es quien ha cometido el crimen. En una auditoría de seguridad, el proceso es un poco diferente porque ya ha identificado al objetivo y lo que va a hacer a continuación es decirle que va a hacer lo que le pide.

El desarrollo del tema: En los interrogatorios policiales el desarrollo del tema tiene lugar cuando el interrogador desarrolla la teoría por la que considera que el sospechoso es culpable del delito. Muchas veces se transmite esa teoría al sospechoso durante el interrogatorio. Mientras el agente cuenta la historia, él o un compañero observa el lenguaje corporal y las microexpresiones del sospechoso en busca de signos que indiquen que la teoría es cierta. Aunque este método puede utilizarse en ingeniería social, es importante señalar que el desarrollo del tema necesita que intente ver su pretexto desde el punto de vista del objetivo. En la ingeniería social el desarrollo del tema tiene lugar cuando las evidencias que expone sirven de apoyo al tema del pretexto que representa. Este pretexto, como es lógico, apoya su argumento o tema. En esa parte del interrogatorio es cuando expone razones o argumentos para apoyar el pretexto.

Manejar los rechazos y sobreponerse a las objeciones: ¿cuál es su plan de acción si se le niega el acceso a la información o al lugar que pretende? Me gusta llamar a estas situaciones barreras de la conversación. Sea cual sea el tipo de barrera que el objetivo utilice, debe tener un plan para superarla y manejar la negación al acceso. A mí me gusta descartar las objeciones de antemano si percibo que la situación lo justifica. Debe pensar en el tipo de objeciones que pueden surgir y organizar su argumento, su historia, su vestimenta y su aspecto para anticiparse a ellas. Además, debe tener preparadas unas buenas respuestas por si surgen objeciones. Una estrategia de retirada correcta le da la opción de volver al ataque más adelante.

Mantener la atención del objetivo: Si ha manejado sus armas correctamente y se encuentra frente a su objetivo, puede que este empiece a pensar en qué pasaría si no le permite acceder, coger el archivo o lo que pretende. Debe sacar provecho de ese miedo inherente y utilizarlo para continuar moviendo al objetivo hacia su meta.

Presentar una ruta alternativa: Cuando este interrogando a su objetivo en una auditoría puede que su plan original no sea recibido con sonrisas, por lo que es una buena idea tener preparado un plan de acción alternativo igual de efectivo. Se puede aprender mucho sobre los distintos métodos que pueden utilizarse en ingeniería social.

- **Enfoque directo:** En este enfoque, el interrogador asume un aire de confianza. La actitud y las maneras del interrogador dan a entender que descarta la opción de que el sospechoso sea inocente. Sin amenazarle, desarma al sospechoso diciéndole que cualquier persona en su lugar habría hecho lo mismo que él. Como ingeniero social puede utilizar este enfoque dependiendo del pretexto que esté desarrollando. Esto significa que debe adoptar un aire de confianza y dar por sentado que el objetivo le debe la respuesta que solicita.
- **Enfoque indirecto:** Se permite al sospechoso contar su versión de los hechos en detalle y el interrogador busca omisiones, discrepancias y distorsiones. El trabajo del interrogador consiste en hacer ver al sospechoso que lo mejor es decir la verdad. Este enfoque puede utilizarse en una auditoría de seguridad abordando al objetivo con una pregunta diseñada para sacarle información, en lugar de interpretando un papel. Puede obtener la información que quiere dejando hablar al objetivo.
- **Enfoque comprensivo:** El interrogador baja la voz y habla en tono suave y tranquilo, dando la impresión de que es una persona comprensiva. Se sienta junto al sospechoso e incluso puede que le ponga la mano sobre el hombro o le dé unas palmaditas en el brazo. El contacto físico en el momento apropiado es muy efectivo. El auditor profesional puede utilizar este enfoque del mismo modo. Puede hacerlo de muchas maneras y suele ser muy efectivo.
- **Enfoque emocional:** Este enfoque se aprovecha de la moralidad y las emociones del sospechoso. Los pensamientos que se despiertan emocionalmente le disgustan y le ponen nervioso; cuando esas emociones se ponen de manifiesto el interrogador puede sacar partido de ellas.
- **Enfoque lógico:** Este enfoque deja de lado la parte emocional y se centra en presentar pruebas concluyentes de culpabilidad. El interrogador se sienta muy erguido y adopta una conducta de hombre de negocios, mostrando mucha confianza. En ingeniería social puede valerse de este enfoque cuando presenta pruebas de sus razones legítimas para estar presente en un sitio determinado, p.e, cuando está vestido y equipado como un técnico de asistencia y debe mostrarse con un aire de confianza necesario para hacer ver que todo está en orden.
- **Enfoque agresivo:** Para el interrogador existe una línea muy fina que no debe cruzarse, entre recopilar información e infringir los derechos del objetivo. En este enfoque, se alza la voz y se actúa de forma agresiva, pero nunca deben violarse los derechos del sospechoso. Debe recordar esta fina línea cuando utilice este enfoque en una auditoría de seguridad. Que le hayan contratado para un trabajo de ingeniería social no le da derecho a violar las leyes civiles. Normalmente, las empresas que le contratan no le autorizan a pinchar teléfonos privados, leer correos electrónicos personales o invadir la privacidad de las personas.
- **Enfoque combinado:** Un interrogador puede combinar dos enfoques para lograr mejores resultados. Esta decisión se toma en base a la personalidad del sospechoso. LA combinación de enfoques puede ser útil en una auditoría de seguridad. P.e, después de descubrir algunos detalles personales de su objetivo puede acercarse a él e iniciar una conversación. Esta táctica, sobre todo si se emplea en un ambiente relajado, puede dar muy buenos resultados abriendo a la gente.
- **Mostrar indiferencia:** Este enfoque es muy interesante ya que el interrogador actúa como si no le interesara la confesión porque considera que el caso ya está resuelto. En ese momento, puede manipular al sospechoso para que explique su versión de los hechos. En ingeniería social puede utilizar este enfoque en el caso de que sea descubierto en un lugar o

situación en que no debería estar. Al mostrarse indiferente puede hacer que la persona que le ha descubierto no se alarme demasiado y le da la oportunidad de disipar las preocupaciones

- **Proporcionar una justificación:** El interrogador justifica la infracción o delito, haciendo que el sospechoso se relaje y dándole una excusa para confesar pensando que sale bien parado con la situación. El interrogador debe tener cuidado para no utilizar una excusa tan buena que el sospechoso pueda usarla como defensa en un juicio. En ingeniería social, sin embargo, si se debe utilizar la mejor excusa posible, de forma que el objetivo no tenga que pensar antes de justificar una acción o acceder a lo que pide. Una forma de utilizar este enfoque es explicar que una persona de alto cargo le ha pedido que este ahí.
- **Enfoque egotista:** Este enfoque se centra en el orgullo. Para que funcione, necesita un objetivo que se sienta orgulloso de algún logro. Alabando su aspecto, su inteligencia o el modo en que cometió el crimen, se puede tocar su ego como para que desee confesar y demostrar que, es así de listo. Este método se utiliza mucho en ingeniería social. Al elogiar los logros de alguien se consigue que revele sus más íntimos secretos.
- **Exageración:** Si el interrogador exagera los hechos del caso, puede lograr que el sospechoso admita sólo la parte que es real. Puede usar este método exagerando la tarea que pretende llevar a cabo. Exagerando el motivo por el que está ahí, puede conseguir que el objetivo le dé un acceso menor
- **Desmotar la cuartada:** Raramente un sospechoso confiesa su delito a la primera. Esta táctica consiste en que vaya admitiendo pequeños detalles, consiguiendo de esta forma que vaya admitiendo cada vez más hechos hasta lograr finalmente una confesión completa. En una auditoría de seguridad puede que le detengan en la puerta y el guardia le deniegue el acceso al edificio. Puede intentar entrar con una frase como esta: "comprendo que el señor Smith está ocupado y no pueda recibirme. ¿Le importaría hacerle llegar este CD con información sobre nuestros productos y yo le llamo mañana por teléfono para hablar de ello?"

La meta final: Para prepararse para utilizar tácticas adecuadas e interrogatorios puede que necesite dar respuestas a una serie de preguntas. Conteste a estas preguntas:

- **Quién:** Haga una lista de los nombres, títulos y otros datos relevantes para el interrogatorio
- **Qué:** Debe definir sus aspiraciones
- **Cuándo:** ¿En qué momento va a tener lugar el interrogatorio?
- **Dónde:** ¿En qué lugar se va a producir este interrogatorio?
- **Por qué:** ¿Cuál es el motivo del interrogatorio?
- **Cómo:** ¿qué métodos va a usar en este interrogatorio?

La gesticulación: Existe una gran variedad de gestos debido al hecho de que dependen en gran medida de los orígenes culturales. Los gestos habituales en un país pueden resultar ofensivos o no tener ningún significado en otro. Cuando se interactúa con un objetivo, estos principios no sólo deben tenerse en cuenta, sino que pueden utilizarse para manipular al objetivo. Por otro lado, conocer el origen cultural de sus objetivos evitará que realice gestos con significados indeseables

El anclaje: Los gestos pueden tener efectos poderosos cuando se utilizan adecuadamente. Algunos de estos métodos provienen del estudio de la PNL y pueden ser muy efectivos a la hora de situar la mente del objetivo en cierta dirección. Uno de estos métodos es el anclaje, que consiste en conectar afirmaciones de parecido contenido con un gesto determinado. Los vendedores utilizan este método para consolidar en sus objetivos una opinión sobre su producto y una negativa sobre el producto de la competencia. Algunos políticos también se sirven de esta técnica para anclar pensamientos positivos o pensamientos negativos que quieren que resulten positivos en su audiencia

El reflejo: Otra táctica gestual es el reflejo, que consiste en hacer coincidir sus gestos con la personalidad del objetivo. No es tan sencillo como parece. Si aborda a una persona tímida con gestos agresivos es muy probable que la asuste y no pueda obtener lo que desea de ella. El reflejo no consiste tan solo en imitar el lenguaje corporal del objetivo, sino también en emplear gestos que faciliten que el objetivo le escuche. Para un objetivo puede ser muy reconfortante observar gestos con los que está familiarizado. No obstante, debe buscar un punto de equilibrio porque, si el objetivo utiliza a menudo un gesto concreto y decide imitarlo y emplear el gesto del mismo modo, corre el riesgo de que el objetivo se moleste. Debe imitarlo, pero no con exactitud.

La posición de los brazos y las manos: Los agentes de la ley están entrenados para observar la posición y colocación de los brazos y las manos de los sospechosos durante los interrogatorios. Un aumento en los movimientos nerviosos durante un interrogatorio puede suponer un incremento de los niveles de estrés, que indicará que el interrogatorio está teniendo el efecto deseado. Esto sería, por supuesto, en el caso de un interrogatorio policial; en una situación de ingeniería social deben observarse estos mismos signos, pero los signos de estrés pueden indicar que debe disminuir la presión (a no ser que la meta sea precisamente estresar al objetivo). Los agentes del orden prestan atención a dos gestos en particular:

- Los codos normalmente cuelgan a los lados del cuerpo cuando una persona está relajada. Cuando se siente amenazada o atemorizada la reacción natural del cuerpo es juntar los codos contra las costillas
- Los gestos de las manos también pueden ser reveladores. Un objetivo puede estar indicando con sus manos algo distinto a lo que está diciendo. Es muy importante observar los gestos sutiles que su objetivo puede hacer con las manos

Si es capaz de detectar signos en su objetivo de que se siente amenazado o atemorizado podrá corregir la situación y hacer que vuelva a sentirse cómodo y tranquilo. Otros gestos a los que debe prestar atención son:

- Las palmas de las manos abiertas pueden indicar sinceridad

- Los dedos de las dos manos unidos formando una “V” invertida, pueden significar que la persona tiene cierto sentido de autoridad
- Dar golpecitos en la mesa con los dedos suele ser señal de tener problemas de ansiedad
- Tocarse el rostro indica reflexión: tocarse el cabello puede ser signo de inseguridad; tocarse las orejas es señal de indecisión

Registrar estos gestos puede darle mucha información sobre la mentalidad de sus objetivos. Por otra parte, realizarlos le ayuda a representar fielmente un pretexto. A continuación, se enumeran algunos puntos clave sobre la gesticulación

- La gente no debe recordar el gesto, solo el mensaje unido a él
- Evite le monotonía
- Asegúrese de no mostrar ansiedad
- El exceso es malo

Recuerde que las expresiones faciales, la gesticulación y la postura va todo en el mismo paquete. Deben coordinarse, equilibrarse y emplearse para apoyar su pretexto.

Saber escuchar: Probablemente no existe habilidad más completa que ésta. Gran parte de la ingeniería social consiste en saber escuchar. Pero debe tener en cuenta que no es lo mismo oír que escuchar. A menudo, las cosas aparentemente más insignificantes son fundamentales para tener éxito. Por este motivo, es muy importante que mejore su capacidad de escucha, no sólo de lo que se dice, sino de cómo se dice, cuándo se dice y con qué emociones en juego. Todos estos factores contribuyen a formar su percepción sobre la información transmitida. Los siguientes pasos pueden ayudarle a perfeccionar su habilidad para escuchar a la gente. Estos consejos se pueden aplicar en el plano profesional y en el personal pero cuando se emplean en una auditoría de seguridad realmente marcan la diferencia.

1. **Preste atención:** Preste a su objetivo la máxima atención posible. Intente centrarse en lo que se está diciendo y mire a la persona que habla. Hágalo con curiosidad, no de forma amenazante o acosadora. Intente no adelantarse en su próxima respuesta. Procure no distraerse con factores externos. Por último, preste mucha atención también a lo que el objetivo no está diciendo. Debe escuchar atentamente el lenguaje corporal, las expresiones faciales y otros aspectos de la comunicación.
2. **Demuestre que está escuchando:** Muéstrese abierto y receptivo con su lenguaje corporal y sus expresiones faciales. Lo suficiente para que el objetivo sepa que está con él. No olvide la importancia de la sonrisa. Sonría de vez en cuando, cuando lo considere adecuado.
3. **Retroalimente a su interlocutor:** Es muy normal permitir que las creencias y experiencias propias filtren el mensaje que le están transmitiendo. Si lo hace puede que no esté escuchando realmente el mensaje. Asegúrese de hacer preguntas relevantes. Sus preguntas deben mostrar que ha estado escuchando y que está interesado en saber más del asunto. Repetir o resumir lo que ha escuchado es una táctica que funciona si se aplica de vez en cuando. No recite la conversación como si la hubiera aprendido de memoria, recapítule algunos de los argumentos expuestos y le transmitirá al objetivo que sintoniza con su mensaje.
4. **No interrumpa:** Interrumpir al objetivo muestra falta de interés por sus sentimientos y puede detener la interacción. Es mejor que le deje terminar y hable después. Sin embargo, hay ocasiones en que interrumpir puede ser útil a nivel táctico. Si considera que puede sacar provecho puede ser buena idea interrumpir. Pero en la mayoría de ocasiones no lo es.
5. **Responda adecuadamente:** Éste es el punto cumbre de las habilidades para escuchar bien. Si está pensando en su contestación o en la rubia atractiva que acaba de pasar meterá la pata. Sea respetuoso, controle sus emociones y responda adecuadamente en todo momento cuando converse con su objetivo. Los puntos más importantes para escuchar bien son prestar atención, demostrar que se está escuchando, proporcionar retroalimentación positiva, tener cuidado para no interrumpir y responder adecuadamente. Otro aspecto que debe tomar en consideración para escuchar bien son sus propias emociones. Cuando tenga que concentrarse en escuchar en una acción profesional, debe hacer todo lo posible porque sus opiniones personales no se interpongan en el camino. Además recuerde que debe reaccionar al mensaje, no a la persona. Aunque no esté de acuerdo con las opiniones o creencias de una persona, si le permite expresarlas conseguirá que se sienta más cómoda con usted. Incluso en situaciones de este tipo puede encontrar algo empático que decir. Esta técnica se conoce como respuesta reflexiva. Sus principios básicos son los siguientes:
 - a. **Escuche activamente, como se ha explicado**
 - b. **Cuando llegue el momento de responder, preste atención a sus emociones. Identifique sus sentimientos mientras el objetivo habla le puede ayudar a reaccionar adecuadamente**
 - c. **Repita todo el contenido utilizando sus propias palabras**
 - d. **Comience su respuesta con una frase neutral. Estas frases facilitan el mensaje que tiene que dar**

La respuesta reflexiva unida a saber escuchar de manera activa tiene mucha utilidad a la hora de construir confianza y compenetración. La gente es muy abierta con sus amigos. Cuando se siente a gusto con alguien, no pone barreras y puede dejar de lado sus propios deseos para ayudarle en un momento dado. Además, de forma natural se confía en el mensaje que procede de un amigo, mientras que con un desconocido se tiende a buscar segundas intenciones y a dudar de la sinceridad de la propuesta. En el caso de la relación con un amigo, esa conexión existente se llama compenetración. La compenetración no es sólo para vendedores; es una herramienta que cualquiera puede utilizar, en especial los ingenieros sociales

Crear compenetración instantánea: La Wikipedia define la compenetración como uno de los aspectos o características más importantes de la interacción humana inconsciente. Consiste en tener una perspectiva común: estar en sintonía o en la misma onda con la persona con la que se está hablando. Entre los principios psicológicos de la ingeniería social, la

compenetración es uno de sus pilares. Imagínese que pudiera hacer que la gente que conoce quisiera hablarle, contarle la historia de su vida y estuviera predispuesta a confiar en usted. Puede haber muchas razones psicológicas para que eso suceda, pero es probable que el motivo sea que se ha generado compenetración.

Sea sincero en su deseo de conocer a la gente: El requisito previo para crear compenetración es que le guste la gente. La gente se da cuenta de cuando hay intereses falsos. Para ser un buen ingeniero social y ser capaz de usar la compenetración, tiene que dar importancia a las personas. La gente percibe las sonrisas falsas y las dobles intenciones. Para crear compenetración es necesario desarrollar interés sincero por su objetivo

Cuide su aspecto: Algunas cosas que pueden afectar a su interacción con los demás no se pueden cambiar. Es inevitable que algunas personas le juzguen por el color de su piel, su género o su edad, antes de interactuar con ellas. Son cosas que no se pueden controlar, pero hay otros aspectos que sí pueden controlarse como la vestimenta, el olor corporal, la higiene, así como el contacto visual, los movimientos corporales y las expresiones faciales. Si una persona no se siente a gusto consigo misma, los demás tampoco se sentirán a gusto con ella. Tenga en cuenta su pretexto y su objetivo. Necesitará investigar al respecto pero nada es más devastador para la compenetración que no tener el aspecto apropiado. Su meta en ciertas situaciones es lograr que la gente actúe con el piloto automático y no le cuestione. Si su vestimenta, su aspecto o su conducta no son adecuados, el objetivo deja el piloto automático y se evaporan sus opciones de tener éxito. Es importante no resultar condescendiente cuando muestre empatía. Si se muestra altivo o arrogante, el objetivo tendrá la sensación de que está siendo condescendiente. La empatía puede ser útil para crear compenetración; hay que advertir que la compenetración no se puede fingir. La empatía es una herramienta muy importante del ingeniero social. Desgraciadamente, también se utiliza muy a menudo con malas intenciones. Nada genera más compenetración que la sensación de que la otra persona le entiende. Como auditor de seguridad debe contar con una amplia gama de sentimientos que utilizar. Si se cierra a sus emociones es muy difícil generar empatía. Este punto está relacionado con apreciar realmente a las personas. Si lo hace, no le costará mucho trabajo comprenderlas y empatizar con ellas.

Tenga una cultura amplia: Hace que resulte más interesante y le da una base sobre la que iniciar conversaciones. La meta no es convertirse en un sabelotodo experto en cualquier materia, sino tener el conocimiento suficiente para no mirar al objetivo desconcertado cuando éste le pregunte: “¿has traído un conector RJ-45 para solucionar los problemas de conexión de red del servidor?”

Desarrolle su curiosidad: Cuando sienta curiosidad por otros estilos de vida, cultura y lenguas, empieza a comprender lo que motiva a la gente. También evita que sea rígido e inflexible en sus opiniones. Puede que no esté de acuerdo con ciertas opiniones y creencias pero, si se mantiene abierto y no emite juicios de valor, podrá interactuar con alguien comprendiendo por qué reacciona y se comporta de cierta manera en lugar de juzgarlo.

Encuentre el modo de satisfacer las necesidades de los demás: Este es el punto culmen de la lista y uno de los más importantes. El doctor William Glasser identifica cuatro necesidades psicológicas fundamentales para el ser humano:

1. **Pertenencia/conexión/amor**
2. **Poder/relevancia/capacidad**
3. **Libertad/responsabilidad**
4. **Diversión/aprendizaje**

El argumento clave que esconde este punto es que, logrando que la gente satisfaga sus necesidades conversando con usted, conseguirá una compenetración inmediata. Si crea un entorno para proporcionar estas necesidades a la gente, creará unos vínculos inquebrantables. La compenetración puede crear vínculos entre la gente que trascienden los costes o pérdidas. Si cubre una necesidad de la persona con la que habla, las opciones de crear compenetración aumentan drásticamente. Hágalo sin que perezca que tiene segundas intenciones, hágalo con el deseo de ayudar y se sorprenderá de los resultados. Probablemente, no hay herramienta más valiosa para ser un ingeniero social que la de satisfacer estas necesidades de las personas. Los espías usan a menudo este método de satisfacer necesidades o deseos. Otra técnica que se emplea frecuentemente para satisfacer deseos es el phising. En persona, los resultados son parecidos. Los interrogadores policiales utilizan esta táctica continuamente para crear compenetración. Puede crear compenetración en segundos aplicando los principios explicados anteriormente. Desarrollar una buena compenetración crea un vínculo tan fuerte que puede mantenerse a pesar de algún inconveniente o malentendido sin importancia. La compenetración permite a una persona decir y hacer cosas que sólo pueden hacer los buenos amigos, porque consigue que esa persona entre en el círculo de confianza. Para lograr una buena compenetración es primordial desarrollar un pretexto sólido. En muchas actuaciones profesionales no tendrá tiempo para idear un argumento ni para utilizar técnicas de compenetración e intentarlas a largo plazo, por lo que su éxito dependerá de muchas de las acciones no verbales que lleve a cabo.

Utilizar otras técnicas para crear compenetración: existen otras técnicas para crear compenetración que se basan en la investigación de la PNL.

- **Respirar al mismo tiempo que su objetivo:** no consiste en escuchar atentamente cómo respira una persona y tratar de respirar cuándo lo haga ella. Pero algunas personas tienen patrones de respiración muy definidos. Observe cómo respira su objetivo e imite ese patrón pero sin respirar exactamente igual o al mismo tiempo.
- **Igualé el tono de voz y la forma de hablar de su objetivo:** Escuche el tono de voz de su objetivo e iguálelo ya sea lento, rápido, alto, tranquilo o suave. A no ser que pueda imitar un acento realmente bien, no lo haga. Si la imitación es mala la compenetración será imposible. En este sentido también puede usar muletillas. Preste atención a las muletillas e intente introducirlas en alguna frase. La forma de hablar de las personas es otra área sobre la que es preferible no emitir juicios personales. Debe permitir que el objetivo hable del modo en que se siente más cómodo y después trate de imitar su estilo.
- **Igualé el lenguaje corporal de su objetivo:** Esta es un área muy interesante de la compenetración porque puede servir para crear vínculos fuertes pero también puede arruinar la compenetración si se hace mal. No

haga exactamente lo mismo que él, realice acciones similares. A la gente le gusta la gente que es como ella. Es la naturaleza humana. Les hace sentirse bien. Debe lograr que se sienta como con usted.

- **Probar la compenetración:** Utilizar estas técnicas alternativas, así como igualar los niveles de energía o las expresiones faciales puede generar una compenetración intensa en un plano subliminal.

EL DESBORDAMIENTO DE BÚFER HUMANO

La mente humana también ejecuta un software y a lo largo de los años crea conjuntos de instrucciones, tamaños de búfer y espacios de memoria en su paquete de software. Un búfer es un espacio que se reserva para que suceda algo o para almacenar datos. En la mente humana se reservan espacios para ciertos conjuntos de información. Si un conjunto no cabe en el espacio que tiene reservado, el cerebro se colapsa como un ordenador, pero se abre un hueco momentáneo que permite que se introduzca una orden que le diga al cerebro que hacer con los datos sobrantes. El desbordamiento de búfer humano aplica este principio. La meta es identificar un programa en ejecución e insertar código que le permita introducir órdenes para conducir el pensamiento en otra dirección.

- **Establecer las reglas:** La mayoría de las personas con las que habla pueden saltar de un tema a otro de la conversación en su mente. Por lo que desbordar el cerebro hablando rápido resulta casi imposible. También debe comprender cómo la gente toma decisiones en su vida. La mayoría de las decisiones se toman inconscientemente. Algunos científicos creen incluso que las decisiones se toman siete segundos antes en el subconsciente que en la vida real. Cuando la persona finalmente toma la decisión, lo hace en base a algo más que escuchar: la vista, los sentimientos y las emociones forman parte de la decisión. Comprender cómo funcionan y piensan los seres humanos es la forma más rápida de provocar un desbordamiento de búfer o un desbordamiento de los programas naturales de la mente humana con el fin de introducir órdenes en ella.
- **Distorsionar el sistema operativo humano:** En el mundo del pirateo informático, existe un método llamado distorsión que se utiliza para encontrar errores que pueden sobrescribirse para darle el control al hacker. La distorsión tiene lugar cuando un hacker introduce datos aleatorios de distinta extensión en el programa para comprobar cuándo colapsa por un exceso de datos. En ese momento, el hacker encuentra una vía para introducir código malicioso. Al plantear a una persona diferentes conjuntos de decisiones o diferentes conjuntos de datos y observar cómo reacciona, se pueden descubrir los tipos de programas que están ejecutando. Existen ciertas leyes inherentes en la mente humana que todo el mundo cumple. La razón tiene que ser con la ley de las expectativas, que afirma que la gente normalmente cumple con lo que se espera de ella. Las decisiones se toman en base a las expectativas creadas. Un modo de enviar información maliciosa a la mente es la presuposición. Dándole primero algo a un objetivo, puede después esperar que acceda a su petición. Para utilizar la presuposición de manera efectiva, debe formular la pregunta utilizando muy pocas palabras, un lenguaje corporal y una expresión facial que indique que lo que pregunta se acepta de antemano. La clave de este método es evitar la barrera (la mente consciente) y acceder directamente a la raíz del sistema (el inconsciente). La forma más rápida de hacer esto es introducir su propio código a través de órdenes incrustadas.
- **Las reglas de las órdenes incrustadas:** Las órdenes incrustadas funcionan debido a ciertos principios fundamentales:
 - Normalmente las órdenes son cortas
 - Pasa que sean efectivas necesitan que ponga cierto énfasis en ellas
 - El mejor modo para que funcionen correctamente es escondiéndolas en frases normales
 - Su lenguaje corporal y facial debe ser acorde a las órdenes

Las órdenes incrustadas son muy comunes en el mundo del marketing. En los desbordamientos de búfer informáticos el usuario malintencionado utiliza lo que se denomina acolchamiento, que es un método que consiste en añadir algunos caracteres que no interrumpen la ejecución del programa y dejan una pista de aterrizaje para amortiguar o acolchar la entrada de código malicioso. Existen muchos ejemplos de órdenes incrustadas. Repasemos algunos de ellos:

- **Utilizar citas o relatos:** El cerebro tiende a procesar los relatos de forma distinta a otro tipo de información. La mente inconsciente procesa los relatos como órdenes directas. Puede hacer un uso muy poderoso de esta técnica leyendo citas, utilizándolas e insertando órdenes en ellas
- **Emplear la negación:** Esta es una técnica de psicología inversa. Al decirle varias veces al objetivo que no haga algo, puede introducir una orden en la frase. P.e, si le digo: "No pase mucho tiempo practicando las órdenes incrustadas", estoy deslizando la orden "practique el uso de órdenes incrustadas" dentro de la frase.
- **Forzar al oyente a utilizar la imaginación:** Este método funciona cuando se formula una pregunta empleando frases en las que el oyente tiene que imaginar algo antes de contestar. Su mente inconsciente interpretará cada palabra de la orden para representarla y darle sentido. Para cuando su cerebro haya comprendido la frase, su subconsciente ya la ha imaginado. El subconsciente procesa las afirmaciones directamente, sin tener en cuenta el contexto. Otro punto importante es que el subconsciente puede registrar el lenguaje corporal, las expresiones faciales, los tonos de voz y los gestos y conectan esta información con el mensaje hablado. Cuando emplee las órdenes incrustadas es importante utilizar correctamente los tonos de voz. Al igual que en el desbordamiento de búfer informático, la información debe ser coherente con la orden que quiere introducir

LA INFLUENCIA: EL PODER DE LA PERSUASIÓN

La influencia y la persuasión son más parecidas a un arte respaldado por la ciencia. Implican emociones y creencias. Debe saber cómo y qué piensan las personas. La influencia y el arte de la persuasión es el proceso de lograr que alguien quiera reaccionar, pensar, actuar o creer del modo en que usted quiere que lo haga. Los ingenieros sociales utilizan este arte de la persuasión a diario

y, desgraciadamente los estafadores también lo hacen. La influencia autentica es elegante y sutil y casi siempre indetectable para quienes están siendo influidos. La influencia y la persuasión se pueden desglosar en cinco aspectos importantes:

1. **Establecer metas claras:** Sobre todo en relación con la PNL, los sistemas internos del ser humano se ven afectados por sus pensamientos y aspiraciones. Si concentra su energía en lograr algo, es probable que lo consiga. Esto no significa que si se concentra en ganar un millón de euros lo vaya a lograr. De hecho, es muy poco probable. Sin embargo, si tiene la meta de llegar a ganar un millón de euros y se centra en los pasos que debe dar para conseguirlo, sus acciones aumentan las probabilidades de que lo consiga. Lo mismo ocurre con la persuasión. Saber lo que quiere es un aspecto muy importante de las tácticas de persuasión e influencia. Cuando aborda a un objetivo sabiendo cuál es su meta y cuáles son las señales que le indicarán si lo ha logrado, entonces puede diseñar el camino a seguir. Definir las metas con precisión es fundamental para el éxito de las tácticas de persuasión y ayuda a dominar el siguiente paso
2. **Crear compenetración:** Desarrollar compenetración implica atraer la atención del objetivo y de su subconsciente y generar confianza en ese plano inconsciente. Dominar esta técnica puede cambiar el modo en que se relaciona con los demás y toda su metodología a nivel profesional. Para crear compenetración, empiece por el punto en el que se encuentra su objetivo mentalmente. Intente comprender su estado mental. Un ingeniero social debe entender a su objetivo lo suficiente como para saber en qué estado se encuentra a nivel consciente. La meta tiene que enfocarse en su objetivo, no en usted. El argumento tiene que girar en torno a su objetivo. Tiene que entender su estado mental, aceptarlo y alinearse con él. Por otra parte, no siempre puede basar su compenetración en la lógica. Conseguir que alguien quiera realizar una acción es una mezcla de emociones y lógica, así como de comprensión y humanidad en muchos casos. Un método para influenciar a la gente empleando la amabilidad y la compenetración es hacer preguntas y dar opciones que conduzcan al camino que desea
3. **Ser observador con lo que le rodea:** La agudeza sensorial es la habilidad para detectar las señales de su objetivo y en usted que le indican si se está moviendo en la dirección adecuada. Leer el lenguaje corporal y las expresiones faciales puede decirle mucho sobre su influencia sobre el objetivo. Para dominar de verdad el arte dual de la influencia y la persuasión debe convertirse en un maestro escuchando y observando. Chirs Westbury, calcula que el cerebro humano procesa información a una velocidad de 20 mil billones de cálculos por segundo. Estos cálculos se representan a través de expresiones faciales, microexpresiones, gestos, posturas, tonos de voz, parpadeos, ritmo respiratorio, patrones lingüísticos, expresiones no verbales y muchos otros patrones distintivos. Dominar la persuasión implica ser consciente de estas sutilezas en usted y en los demás. Los expertos en PNL recomiendan minimizar el diálogo interno cuando intente influenciar a otros. Si cuando interactúa con el objetivo está pensando en la siguiente fase del ataque, en la meta final o en cómo superar una posible barrera de comunicación, ese diálogo interno puede provocar que pase por alto mucho de lo que sucede a su alrededor. Ser observador cuesta trabajo pero tiene su recompensa. Simplemente comprenda sus propias emociones. Las emociones controlan todo lo que hace, así como lo que hace su objetivo. Conociéndose a sí mismo, logrará preparar el terreno para llegar a ser un auditor efectivo. Si usted tiene un odio profundo por los fumadores, puede hacer que haga o diga algo que cierre la puerta a la persuasión. Ser consciente de cuáles son esas cosas y de sus sentimientos hacia ellas le ayudará a definir un camino claro para influenciar al objetivo
4. **Ser flexible:** Una antigua definición de la insensatez es hacer lo mismo una y otra vez y pretender obtener resultados diferentes. Una de las claves de la persuasión es la flexibilidad y la disponibilidad. Persuadir es como doblar la voluntad. Intentar persuadir a alguien con una actitud rígida e inflexible no funciona, como tampoco es sencillo persuadir a alguien si usted no es flexible. A menudo una auditoria no saldrá como la ha planeado. Un buen ingeniero social será capaz de encajar los golpes y ajustar sus metas y sus métodos a las necesidades. Esto no contradice la idea de planear con antelación; más bien denota la importancia de no ser rígido para adaptarse a los cambios y lograr su meta.
5. **Entrar en contacto consigo mismo.**

La meta final de la ingeniería social es influenciar al objetivo para que realice una acción que puede ir o no en su propio interés. Es más no consiste sólo en que realice la acción sino en que quiera realizarla e incluso le dé las gracias por ello. Este tipo de influencia es muy poderosa y convierte en leyendas a los profesionales que la dominan. El famoso instructor de PNL Jamie Smart dijo una vez: "El mapa no es el terreno". Me encanta esta cita porque encaja perfectamente con estos cinco fundamentos. Ninguno de ellos lo abarca todo por sí solo, pero cada uno es como un punto en un mapa que le muestra el terreno completo de lo que quiere conseguir.

LAS TÁCTICAS DE INFLUENCIA

Hay varios aspectos de la influencia y la persuasión que puede emplear y muchos de ellos encajan a la perfección en una auditoria de seguridad. Otros aspectos no encajan tan fácilmente, pero son fundamentales en el campo de la influencia. Las siguientes secciones explican ocho técnicas diferentes de influencia utilizadas a menudo por los medios de comunicación, los políticos, los gobiernos, los estafadores y, por supuesto, los ingenieros sociales:

Reprocidad: es un sentido de correspondencia inherente que provoca que cuando alguien nos trata bien respondamos del mismo modo. La regla de la Reciprocidad se importante porque a menudo, la devolución del favor se hace de manera inconsciente. De manera específica sugiero que la regla de la reciprocidad, en su forma general, contiene dos exigencias mínimas interrelacionadas: (1) la gente debe ayudar a quién le ha ayudado y (2) la gente no debe herir a quien le ha ayudado. De forma general, la regla de la reciprocidad puede concebirse como una dimensión que se encuentra en todos los sistemas de valores y, en particular, como uno entre varios de los componentes principales presentes globalmente en los códigos morales. Bajo circunstancias adecuadas, la reciprocidad es prácticamente imposible de evitar

Dar algo: Lo que se entrega no puede ser algo sin valor, debe ser algo valioso para el receptor. Lo que se entrega puede ser un servicio, un objeto, una información o cualquier cosa valiosa para el receptor (incluso algo aparentemente sencillo como sostener la puerta para que pase o recoger algo que se ha caído al suelo)

El sentimiento de estar en deuda: Cuanto más valor tenga el regalo para el receptor y cuanto más inesperado sea, mayor será el sentimiento de deuda que tenga. Es importante no utilizar el regalo en una táctica de manipulación evidente. Existen muchos casos de reciprocidad. La otra cara de la moneda son las empresas que se equivocan creyendo que regalos como éstos son buenos para generar reciprocidad:

- Folletos corporativos llamativos y a todo color
- Juguetes baratos e inútiles
- Prospectos sobre sus productos a sobre la empresa

Un tipo de regalo que verdaderamente provoca el sentimiento de deuda es la información. Revelar información útil, valiosa o beneficiosa puede ser mucho más efectivo que un regalo físico.

Realizar la petición: Debe buscar las pequeñas oportunidades para revelar información valiosa para el receptor y, lo que es más importante, lograr que el receptor se sienta en deuda con usted. Fíjese en todo lo que le rodea y en los pequeños detalles que puede hacer para que su objetivo se sienta obligado a devolverle un favor. Recuerde que no es necesario que sea algo impresionante, simplemente algo que tenga cierto valor para el objetivo. Mirarlo fijamente esperando una oportunidad para hacer o decir algo puede resultar molesto. Debe actuar con naturalidad. La reciprocidad es una poderosa táctica de influencia. A continuación, se explican dos principios íntimamente relacionados con ella.

El compromiso: El compromiso se refiere a las acciones que uno siente que debe llevar a cabo debido a algún tipo de requerimiento social, legal, moral o debido a una obligación, contrato o promesa. En el contexto de la ingeniería social, el compromiso se relaciona directamente con la reciprocidad pero no se limita a ella. El compromiso es un vector de ataque habitual cuando un objetivo es el personal de atención al cliente. También puede emplear el compromiso en pequeñas dosis haciendo cumplidos. P.e, puede dedicar un cumplido al objetivo y después formular su petición. Esta técnica puede emplearse mal con facilidad si no se tiene experiencia, dándole al objetivo una sensación de falsedad que le alertará, produciéndose un resultado negativo. Si se efectúa adecuadamente, puede servir para obtener información muy valiosa. La regla de oro es: trate a los demás como le gustaría que le trataran a usted. Es un principio clave para generar compromiso. Tratar a la gente con amabilidad y darles algo que puedan necesitar, aunque sea un pequeño cumplido, puede crear un sentido de compromiso hacia usted. Incluso algo tan pequeño como una pregunta puede generar compromiso. La próxima vez que alguien le haga una pregunta no diga nada. Observe lo incómodo que resulta; algo tan sencillo como una pregunta crea un sentido de compromiso por responder. Simplemente haciendo una pregunta al objetivo puede obtener resultados increíbles. Si con su primera acción ha provocado la sensación de que debe haber un seguimiento posterior, entonces cumplir esa expectativa puede generar un fuerte sentido de compromiso. Cuando la persona con la que interactúa espera un cierto resultado, si lo cumple provocará un fuerte compromiso en ella por hacer lo mismo por usted.

La concesión: La concesión se define como un reconocimiento o admisión o el acto de ceder. Se utiliza menudo para incidir sobre el instinto de reciprocidad de los seres humanos. Parece que tenemos una función incorporada que nos hace querer hacer con los otros lo que ellos nos hacen. Existen ciertos principios básicos sobre la concesión y cómo utilizarla de forma apropiada.

- **Marque sus concesiones:** Haga saber qué y cuándo está haciendo una concesión. De esta forma, conseguirá que sea difícil para su objetivo olvidar la necesidad de corresponder. Es necesario cierto equilibrio porque no debe lanzar las campanas al vuelo
- **Exija y defina la reciprocidad:** Puede empezar plantando las semillas de la reciprocidad. Una forma sencilla de plantar esas semillas es a través de la comunicación no verbal, mostrando que es una persona flexible y sabiendo escuchar. Estos detalles marcan la diferencia a la hora de generar reciprocidad en su objetivo
- **Haga concesiones contingentes:** Puede hacer concesiones de bajo riesgo cuando haya poca confianza o cuando necesite enviar el mensaje de que está dispuesto a hacer otras concesiones. Este es un tipo de concesión que no va unida a una actitud del tipo "ahora usted puede hacer algo por mí". Cediendo a algo que el objetivo necesita o quiere sin esperar nada a cambio forma un estrecho vínculo con él.
- **Haga concesiones a plazos:** La idea de la reciprocidad está arraigada profundamente en nuestras mentes. La mayoría de la gente piensa que si se le hace un favor está socialmente comprometido a devolverlo. Si alguien hace una concesión en una negociación, la otra parte se siente instintivamente obligada a ceder un poco también. No debe sentir la necesidad de hacer todas sus concesiones al mismo tiempo. Puede dividir sus concesiones en plazos, dando un poco aquí y un poco allí para mantener a su objetivo correspondiéndole.

Las concesiones se emplean a diario por vendedores, negociadores e ingenieros sociales. Un buen auditor de seguridad puede usar y abusar de esta tendencia instintiva, no sólo resistiéndose a las manipulaciones a las que intenten someterle, sino también intentando asumir completamente el control de la situación. La concesión y la reciprocidad funcionan bien junto con otras técnicas. Un ejemplo que muestra la enorme cantidad de gente que accede a las concesiones puede encontrarse en el telemarketing para pedir donativos. Emplean una estrategia para obtener concesiones que consiste en darle primero al objetivo la opción de rechazar una petición importante. Entonces el solicitante contrataca con una petición más pequeña que el objetivo estará mucho más dispuesto a aceptar. La concesión debe ser valiosa para el receptor. No se puede conceder algo que sólo es valioso para uno mismo

o se perderá el valor de este concepto. También es fundamental no hacer una concesión que le haga quedar mal o perder compenetración o cierta posición. Debe existir un equilibrio entre la concesión y su posición respecto al objetivo y encontrarlo es la mitad de la tarea. Encuéntrelo y la concesión será una herramienta muy poderosa en sus manos.

La escasez: A menudo, la gente encuentra más atractivos objetos y oportunidades si son raros, escasos o difíciles de conseguir. Los eventos sociales a menudo resultan más exclusivos si se introduce el elemento de la escasez. El beneficio social percibido de acudir a estos eventos crece en esta circunstancia. Muchos restaurantes conocidos cierran partes de sus locales para parecer más llenos de lo que están. La percepción de que son tan populares hace crecer el deseo de comer allí. Las bases de la economía consisten en la distribución de recursos con usos alternativos. Esta distribución depende de la escasez de los productos en cuestión. Cuanto menos habitual sea el recurso, mayor será el valor del objeto. La escasez se utiliza en interacciones todos los días. Puede introducirse en situaciones sociales en un intento de que aumente el valor de algo que una persona posee. Con la escasez también se puede manipular la atención. Piense en las personas que se quejan de que los vendedores les molestan en una tienda cuando hay muchos pero luego les irrita que los vendedores les ignoren cuando escasean. En general, la gente desea lo que es difícil de conseguir porque se asume que tiene más valor. Esto se puede aplicar también a la atención. La escasez se emplea muy a menudo en el contexto de la ingeniería social para crear un sentimiento de urgencia en una situación en la que debe tomarse una decisión. Esta urgencia puede servir para manipular el proceso de toma de decisión, permitiendo al auditor controlar la información proporcionada al objetivo. Esto se lleva a cabo normalmente empleando una mezcla de autoridad y escasez. Al utilizar la escasez junto a otros principios se consigue hacer el ataque aún más letal. En cualquier caso, la escasez provoca deseo y éste puede conducir a alguien a tomar una decisión de la que luego se puede arrepentir

Autoridad: La gente está más dispuesta a seguir las recomendaciones o direcciones de las personas que ve con autoridad. Es muy poco habitual encontrar a una persona con la suficiente seguridad en sí misma como para cuestionar directamente esa autoridad, especialmente cuando esa autoridad tiene un poder directo sobre ella o está cara a cara con ella. Estos principios se mantienen hasta la edad adulta porque se nos educa para respetar a la autoridad y a no cuestionar las normas o las órdenes que provienen de personas que consideramos autoridades. Desgraciadamente, este principio es uno de los motivos por lo que los niños caen en manos de abusadores. De modo parecido, los ingenieros sociales maliciosos utilizan este principio para manipular a sus objetivos para que realicen una acción que pueda conducir a una brecha de seguridad. Es importante comprender cómo se emplea la autoridad en el ámbito de la seguridad. El sociólogo y economista político Max Weber definió la autoridad en categorías que he adoptado para que se ajusten al campo de la ingeniería social

- **La autoridad legal:** se basa en el gobierno y en la ley. Como ingeniero social, crear pretextos que impliquen a los agentes del orden u otros oficiales gubernamentales suele ser ilegal. No obstante se puede representar el papel de guardias de seguridad, vigilante jurado, etc. Otra estrategia efectiva es representar el papel de un abogado que necesita cierta información. Una manera de emplear la estrategia de una autoridad legal es representando el papel de alguien que la gente suele temer o respetar
- **La autoridad de la organización:** es sencillamente cualquier autoridad dentro de una organización concreta. Normalmente, el término se refiere a la jerarquía de supervisión de una empresa. Alguien que esté en una posición de poder en una organización tiene acceso a más información que alguien en la parte baja de la jerarquía. La gente, en la situación adecuada, es altamente propensa a ser muy receptiva con las demostraciones de autoridad, incluso cuando la persona que pretende estar en la posición de autoridad no está presente físicamente. Otra forma de emplear esta estrategia es, en lugar de actuar como director general, actuar como alguien enviado por el director general
- **La autoridad social:** se refiere a los líderes naturales de cualquier grupo social. Un grupo social puede estar compuesto por compañeros de trabajo, amigos o cualquier otra unión de personas. Cuando se reacciona ante la autoridad de forma automática, normalmente se hace en respuesta a los símbolos de autoridad en lugar de su sustancia. La autoridad social se puede aprovechar para presionar al objetivo para que revele información. Sin embargo, satisfacer al líder es percibido como algo ventajoso. Si accede a las peticiones de la autoridad sin dudar, puede que esté respondiendo a los símbolos de autoridad más que a la realidad. En los países occidentales existen tres símbolos de autoridad especialmente efectivos. Presentando cualquiera de ellos, la gente estará conforme sin requerir ninguna otra evidencia de autoridad:
 - **Títulos**
 - **Vestimenta**
 - **Automóviles**

La mayoría de la gente suele realizar su trabajo en un estado en el que no necesita pensar demasiado; en otras palabras actúa con el piloto automático. En tal situación, el abuso del papel de la autoridad es muy peligroso. La percepción de la autoridad puede hacer que alguien con el piloto automático reaccione sin límite. Utilizar la vestimenta adecuada, el lenguaje corporal o una tarjeta de visita falsa funciona para representar una posición autoritaria y mantener al objetivo con el piloto automático. La autoridad es una fuerza poderosa a la hora de influenciar a los demás y, con un poco de razonamiento y recopilación de información, un ingeniero social puede utilizar un pretexto de autoridad de forma muy efectiva.

Compromiso y coherencia: La gente valora la coherencia en los demás y también intenta mostrarse coherente en su propia conducta. La gente quiere que sus palabras, actitudes y hechos resulten coherentes y congruentes. La coherencia reduce la necesidad de procesar la información y ofrece atajos hacia las decisiones importantes. La intuición suele ser indicadora de que la decisión que se está tomando puede ir en contra de sentimientos y creencias previamente existentes. Estas señales indican normalmente que se está viendo empujado a aceptar algo que no quiere en realidad.

La intuición también puede aparecer a la hora de comprometerse. Antes de explicar cómo puede utilizar un ingeniero social la coherencia para lograr el compromiso de una persona, veamos unos ejemplos que ayudarán a comprender esta idea:

- **Marketing:** Normalmente las empresas gastan cantidades extraordinarias de dinero en ganar su cuota de mercado. Coca-Cola y Pepsi son dos buenos ejemplos. Debido a que las dos empresas se muestran comprometidas a la guerra la una contra la otra, parece que cuando una de ellas presenta un nuevo producto o idea la otra no puede ir muy a la zaga
- **Subastas:** La gente siente cierto compromiso hacia aquello por lo que ha pujado y, si alguien sobrepuja, se siente obligado a pujar de nuevo
- **Ferias, casa de juego, etc.:** Siempre que haya casas de apuestas o de juego implicadas existe un gran riesgo de que se utilice la coherencia y el compromiso para persuadir a la gente.

La coherencia se define en este ámbito como lo que se espera en base a experiencias o expectativas previas. El compromiso y la coherencia pueden ser importantes factores de influencia para que mucha gente realice acciones, revele información o divulgue algún secreto. Un ingeniero social puede hacer del compromiso y la coherencia una de sus mejores armas. La clave para usar los principios del compromiso y la coherencia para manipular a la gente se encuentran en el compromiso inicial. Esto es: después de comprometerse, tomar una postura o posición determinada, la gente estará más dispuesta a acceder a peticiones que sean coherentes con el compromiso previo. Quienes emplean estos métodos intentan persuadir a otros para tomar una posición inicial concreta que sea coherente con una conducta que solicitarán más adelante. Un ingeniero social que quiera usar la técnica del compromiso y la coherencia normalmente intentará que el objetivo revele información poco importante pero que vaya encaminada hacia la meta final. Al lograr que el objetivo mantenga la coherencia en las cosas que dice o hace, el atacante conseguirá que el objetivo revele más información. El atacante también debe mantener la coherencia en lo que pide. Debe realizar la recopilación de datos empezando por Elementos menores para ir pasando a información cada vez más importante, empezando por elementos pequeños y aumentando poco a poco el valor de la información solicitada, creará una progresión que resultará más natural y que no parecerá tan obvia para el objetivo. Tómesele con calma y sea paciente para tener su recompensa. Si consigue que un objetivo se comprometa verbalmente a realizar cierta acción podrá forzarle por un camino determinado. La regla del compromiso y la coherencia establece que, una vez que tomamos una decisión Experimentaremos presión por parte de los demás y de nosotros mismos para tomar decisiones buenas o malas dependiendo de acciones pasadas. Un ingeniero social puede emplear este método para lograr que el objetivo se comprometa acciones pequeñas para después emplear ese compromiso para progresar hacia acciones más importantes.

Agradar: A las personas les gusta la gente a la que gustan. Al comprender la profundidad de ésta afirmación se acercará mucho más al dominio de la persuasión. Cuando digo comprender en profundidad me refiero exactamente a eso, porque esta frase es mucho más de lo que parece. Esta información no le está diciendo que la gente compra a las personas que le agradan. Eso es cierto pero no es exactamente a lo que nos referimos. Lo que se está afirmando es que a usted deben gustarle las personas y a cambio usted les gustará a ellas. Los ingenieros sociales maliciosos no se preocupan por la gente y sus sentimientos, por lo que sustituyen esa práctica por su encanto personal. El encanto puede funcionar a corto plazo, pero a largo plazo es necesario desarrollar la habilidad de que las personas le gusten de verdad. Informes y estudios han comprobado la confianza que tiene en un consejo dado por quienes consideran sus amigos y la confianza que tienen en personas desconocidas o incluso personas que no le gustan. Una persona está más dispuesta a seguir un mal consejo de un amigo que un buen consejo de alguien que la disgusta. Para un auditor de seguridad este concepto es una herramienta efectiva. No sólo debe agradar y ganarse la confianza en las personas, debe estar verdaderamente interesado en ellas. Otro aspecto importante de este principio es el atractivo físico. Los seres humanos tendemos a que nos guste automáticamente la gente que consideramos atractiva. Por muy superficial que suene, es verdad. Algunos principios psicológicos muy serios apoyan esta idea. La gente tiende a relacionar la belleza con otras cualidades positivas y altera sus opiniones y su capacidad para confiar en una persona. Este estudio es un ejemplo del fenómeno conocido como efecto halo, en el que un rasgo personal de la persona afecta o se extiende a otras cualidades. Se ha demostrado que afecta a las decisiones de una persona con una tendencia a centrarse en los rasgos positivos de la otra. Como las visitas al cirujano plástico quedan descartadas, ¿qué puede hacer un ingeniero social para aprovechar este principio? Demasiado maquillaje o demasiadas joyas pueden provocar rechazo en el objetivo. Debe conocer a su objetivo para presentarse con el aspecto que él espera. Lleve ropa, peinados, maquillaje y complementos que no sorprendan, choquen o disgusten al objetivo. Haga que se sienta cómodo creando un entorno que favorezca que pueda gustarle, lo que genera confianza y conduce al éxito.

La universidad de Minnesota presentó un artículo sobre el refuerzo que afirma que un exceso de refuerzo positivo puede ser contraproducente. Lo llaman saciedad y significa que, cuando se abusa de los refuerzos, empiezan a perder efecto. Estos cuatro pasos pueden lograr que le guste a la gente:

1. **Proyecte una actitud confiada y positiva**
2. **Establezca una compenetración**
3. **Sintonice con el objetivo y su entorno utilizando los métodos explicados anteriormente**
4. **Comuniqué con eficacia**

La gente decide si le gusta una persona a los dos segundos de conocerla. Después de que se forme una impresión, es difícil cambiarla

El consenso o prueba social: La prueba social es un fenómeno que tiene lugar en situaciones en las que la gente no es capaz de determinar cuál es el modo adecuado de comportarse. Puede asumir fácilmente cuál es la conducta adecuada si ve a otros comportarse de esa manera. La influencia social en general puede conducir a grandes grupos de individuos a estar conforme en tomar opciones correctas o equivocadas. Esta conducta es común cuando se entra en una situación poco familiar y no se tiene un marco de referencia sobre cómo comportarse; imitan la conducta de quienes se consideran que están más familiarizados con la situación y, por tanto, mejor informados. La prueba social se emplea mucho en marketing. Se utiliza cuando se publican cifras de ventas abultadas, demostrando a los clientes potenciales que el producto es muy popular. Otro ejemplo se da cuando las empresas distribuyen camisetas con logos impresos, para que quienes la llevan puestas, realicen una promoción implícita. La prueba social no sólo influye a través de grandes grupos de personas, sino también a través de personajes destacados. Los experimentos han demostrado que el uso de risas enlatadas provoca que la audiencia ría por más tiempo y más a menudo cuando se les presenta un material humorístico y hace que consideren ese material más gracioso. Además existen evidencias de que las risas enlatadas son más efectivas en el caso de los chistes malos. La cuestión es: ¿por qué funciona, sobre todo teniendo en cuenta que en la mayoría de los casos es muy evidente que la risa es falsa? Un modo que utilizamos para determinar qué es lo correcto es descubrir lo que otros consideran que es correcto. Consideramos una conducta más correcta en una situación determinada en el grado en que vemos a otros realizándola. La prueba social es una herramienta muy eficaz. Puede emplearse para estimular la conformidad de una persona a una petición informándola de que muchas otras personas, incluso algunas que pueda considerar como modelos a seguir, han realizado la misma acción que ahora se le pide que realice. La prueba social puede ofrecer una vía para determinar cómo comportarse y puede hacer a los objetivos vulnerables a manipulaciones para influenciarlos. La prueba social resulta más efectiva bajo dos condiciones:

1. **Incertidumbre:** Cuando la gente no se siente segura y la situación es ambigua es más probable que observen la conducta de otros y que la acepten como válida
2. **Similitud:** Las personas se sienten más inclinadas a seguir a quienes se parecen a ellas

En otras condiciones, es cuando un ingeniero social puede utilizar la prueba social. Afirmando o incluso insinuando que mucha gente antes que el objetivo ha realizado cierta acción aumenta las posibilidades de éxito. Estas tácticas pueden darle literalmente el poder de motivar a la gente y hacerla reaccionar de forma que queden bajo el control del auditor de seguridad. Practique la técnica y trate de perfeccionarla, pero no crea que lo sabe todo.

Alterar la realidad: el encuadre: El encuadre se ha definido como la información y las experiencias de la vida que alteran nuestra manera de reaccionar a las decisiones que debemos tomar. El encuadre son las experiencias propias y de otras personas que permite que penetren en su mente consciente para alterar la manera en que toma decisiones. Simplemente presentando los hechos de una forma diferente puede conseguir que parezca bueno algo que normalmente consideramos malo

- **En política:** se usa el encuadre desde hace mucho tiempo. Simplemente por el modo en que las campañas o los mensajes se formulan se marca una gran diferencia en la forma en que el público los percibe. Judith Butler autora del libro aclamado por la crítica, Marcos de guerra. Las guerras lloradas, escribió sobre cómo se utiliza el encuadre, especialmente en las culturas occidentales.
- **Utilizar el encuadre en el día a día:** El término marco de referencia se define como un grupo de ideas, condiciones o asunciones que determinan cómo algo debe ser abordado, percibido o comprendido. Esta definición puede ayudar a comprender cómo se utiliza el encuadre. Cualquier cosa que pueda alterar la percepción de la gente o el modo en que toma decisiones puede denominarse encuadre. Nuestra mente está diseñada para que no le guste el desorden o el caos. Cuando afronta cosas que están desordenadas, nuestro cerebro trata de ordenarlas. Muchas veces el encuadre es mucho más subliminal. Las empresas lo utilizan en el marketing con la esperanza de que los mensajes subliminales alteren la percepción que tiene el objetivo de su producto. En muchas ocasiones, las empresas utilizan cantidades sutiles de encuadre para implantar una idea. Durante décadas, las empresas han estado insertando mensajes en sus logos en un esfuerzo por encuadrar el pensamiento de los consumidores para que recuerden, vean y piensen en la empresa como ellos quieren. El encuadre no sólo consiste en imágenes; sobre todo tiene que ver con el valor que el objetivo percibe. La percepción que un objetivo tiene de un objeto puede aumentar o disminuir su valor. Los gurús del marketing utilizan este fenómeno en un intento de encuadrar la percepción del valor público. Muchas empresas han sido tan exitosas empleando el encuadre que la gente ha acuñado frases utilizando el nombre de sus productos. Todos estos productos se han hecho tan populares que su referencia en la mente de las personas llega a abarcar cualquier producto parecido.

Los cuatro modelos de alineamiento: Snow y Bedford afirman que, cuando los encuadres individuales se asocian en congruencia y complementariedad, se produce el alineamiento, produciendo una resonancia del encuadre, que es fundamental en el proceso de un grupo transitando de un encuadre a otro. Snow y Bedford señalaron cuatro condiciones que afectan al encuadre:

1. **La robustez, totalidad y rigurosidad del encuadre:** Snow y Bedford identificaron tres áreas del encuadre y el grado en que estas tareas se atienden determina cuánto se involucra cada participante. Los tres pasos son:
 - a. **Diagnosticar el encuadre en busca de problemas**

- b. **Analizarlo para alcanzar soluciones**
 - c. **Si se tiene éxito, realizar una llamada a la atención**
2. **La relación entre el encuadre propuesto y el sistema de creencias mayor:** La gente tiende a descartar encuadres o encuadres propuestos si existe una relación con una creencia fundamental o un valor de su sistema de creencias. El encuadre debe encajar en el sistema de creencias de la persona para tener éxito (a no ser que la meta sea utilizar el encuadre precisamente para cambiar de creencias); es fundamental para tener éxito.
3. **Relevancia del encuadre para la realidad de los participantes:** El encuadre debe ser relevante para el objetivo. Debe ser comprobable y acreditable, al estar relacionado con las experiencias del objetivo
4. **Ciclos de protesta: el punto en el que el encuadre emerge en el calendario de la era actual y de las preocupaciones con el cambio social:** Snow y Bedford afirman que, cuando se construyen los encuadres adecuados como se describe en estos cuatro puntos, se pueden lograr cambios a gran escala en la sociedad tales como los necesarios para los movimientos sociales, a través del alineamiento. Sus estudios se centran en la sociedad en conjunto, pero estos mismos principios también son efectivos a menor escala, incluso a nivel individual. Pueden darse cuatro tipos de alineamiento diferentes una vez que estas cuatro condiciones se cumplen. Una cosa que conviene recordar sobre los encuadres es que nunca se crean de la nada. Los encuadres parten siempre de códigos culturales existentes que implican el núcleo de creencias y experiencias de una persona.

El puenteo del encuadre: se define como el enlace de dos o más encuadres ideológicos congruentes pero desconectados a nivel estructural, respecto a un tema concreto. El puenteo no consiste en hacer creer a la gente que su encuadre es mejor que el suyo, sino en comprender su encuadre tan profundamente que pueda encontrar el punto de conexión. Entonces puede utilizar esa conexión para atraer al objetivo hacia su encuadre. Al comprender el trabajo y la conducta del objetivo puede comprender su encuadre mental y encontrar un enlace que haga más fácil la transición a su encuadre. Comprender el encuadre del objetivo implica saber cómo tratará su pretexto. Otro ejemplo consiste en pensar cómo quiere que le vean los demás. Todo esto son encuadres con los que alguien quiere que se alineen. La técnica del alineamiento por puenteo puede ser una de las más poderosas que pueden emplearse en una auditoría de seguridad, pero requiere cierta preparación para realizarla correctamente. Este tipo de alineamiento puede emplearse para ayudar al objetivo a tender un puente entre lo que ve y lo que debe creer a través de un pretexto determinado.

La amplificación del encuadre: La amplificación del encuadre se refiere a la aclaración y la estimulación de un encuadre imperativo que recae en un asunto, problema o evento particular. En otras palabras, se amplifican los valores o creencias del objetivo. Al centrarse en estos valores puede encontrar un área en la que pueden alinearse ambos encuadres o, al menos, hacer creer al objetivo que existe ese alineamiento. Es la forma de alineamiento más básica de las cuatro porque se trata, sobre todo, de un método de mantenimiento. Consiste en acentuar, incrementar o puntualizar que un evento es más importante que otros, lo que permitirá conectar fácilmente este evento con otros. Otro de los efectos de la amplificación es que puede emplearse para desdibujar el encuadre y provocar que la gente se distancie de sus creencias. Un ingeniero social puede utilizar este alineamiento de muchas maneras. P.e, puede necesitar convencer a un guardia para que le deje acceder a la zona de contenedores. El pretexto de trabajar para la empresa de recogida de basuras funciona bien por sí mismo, pero funcionará aún mejor si argumenta que uno de los contenedores está estropeado, lo que conlleva una responsabilidad por parte de la empresa. Amplificar este encuadre puede conseguir que el guardia de seguridad se alinee con la idea de que la mejor solución es permitirle el acceso.

Las extensiones del encuadre: son movimientos para incorporar participantes extendiendo los límites del encuadre propuesto para abarcar puntos de vista, intereses y, sobre todo, los sentimientos del grupo. En otras palabras, al entender los límites de su encuadre para abarcar los intereses de su objetivo, logrará alinearlos. Sin embargo, cuando se utilizan las extensiones de encuadre se corre el riesgo de debilitar la postura respecto al encuadre original y se puede perder cierto nivel de atracción. Esto puede suceder al incluir demasiadas extensiones en un mismo encuadre provocando su debilitación y la pérdida de interés.

Transformación del encuadre: es un proceso necesario cuando los encuadres propuestos no concuerdan con, o resultan contrarios a los estilos de vida convencionales y a los encuadres imperativos existentes. En otras palabras, el ingeniero social ofrece nuevos argumentos que apuntan las razones de que su encuadre sea un intento por transformar y trasladar los pensamientos o creencias de su objetivo desde donde están a donde el ingeniero social quiere llevarlos. Cuando sucede esta transformación del encuadre, son necesarios nuevos valores y conocimientos para mantener a la gente involucrada y mantener su apoyo. En menor escala, las transformaciones del encuadre suceden a diario a través de las conversiones religiosas, en las que el encuadre o sistema de creencias de la persona es alterado, cambiado y transformado para alinearlos con el nuevo encuadre de pensamiento que ofrece la nueva religión. No es fácil transformar el encuadre de una persona; es una de las tácticas de alineamiento más complicadas de poner en práctica porque requiere:

- **Tiempo:** puede requerir la utilización de otras técnicas de alineamiento y mucho tiempo para que funcione
- **Esfuerzo:** Saber de dónde viene el objetivo y a dónde quiere llevarle son sólo los próximos pasos. Descubrirlo puede llevarle un gran esfuerzo
- **Formación:** Debe ayudar al objetivo a entender el nuevo encuadre al que quiere convertirlo
- **Lógica:** La formación debe ser lógica y no estar compuesta sólo por sentimientos
- **Lazos emocionales profundos:** El conocimiento es lo que prepara a la persona para la acción, la lógica le convence de que es bueno realizar esa acción pero la emoción es lo que hace que esa acción tenga lugar.

Si es capaz de alinear a otros a su encuadre y de alinearse usted con los de ellos, incentivará a la gente para que haga lo que les pide. El ingeniero social que tiene éxito con la transformación del encuadre posee un poder ilimitado.

Utilización del encuadre en ingeniería social: Hay cuatro cosas que debe saber sobre el encuadre para poder emplearlo en ingeniería social. Esto le ayudará a comprender claramente cómo funciona el encuadre y cómo utilizarlo. Recuerde lo que es el encuadre. Es una estructura conceptual que nuestras mentes utilizan en el pensamiento. Esta información es importante porque su meta será o bien crear un nuevo encuadre o el alinearse con el encuadre de otra persona o traer al objetivo hacia el suyo.

1. **Regla 1: Todo lo que diga evocará un encuadre:** La mente funciona con imágenes. Formar una imagen con palabras es un modo muy efectivo de emplear el encuadre. Eligiendo cuidadosamente las palabras, provocará que el objetivo imagine ciertas cosas y empiece a moverse hacia el encuadre que desea. ¿Alguna vez ha conocido a alguien a quien considera un narrador? ¿Qué hacía que fuera tan bueno? Era capaz de ilustrar lo que decía, hacer que imaginara las cosas, manteniéndole intrigado y atento. Esta habilidad es muy importante para un ingeniero social. No significa que siempre tenga que hablar como si estuviera contando una historia genial, pero debe prestar atención a las palabras que elige porque tiene el poder de crear imágenes en la mente de su objetivo. Debe ser descriptivo, evocador e ilustrativo. Aunque es necesario no resultar demasiado teatral. La meta es crear una imagen precisa, no atraer demasiado la atención hacia usted.
2. **Regla 2: Las palabras que se definen dentro de un encuadre evocan el encuadre mental:** No es necesario que utilice las palabras exactas para conseguir que el objetivo imagine lo que desea. Si quiero que la gente piense en una araña no es necesario que diga la palabra araña. Está poderosa regla le da la posibilidad de controlar los pensamientos del objetivo empleando el estilo indirecto. Al contar una historia que consiga que el objetivo se forme una imagen a la vez que se involucra emocionalmente, solidificará su posición de control de esa conversación. Un aspecto importante de esta regla es que, mientras el cerebro del objetivo está procesando esta información, usted la está alimentando. Al generar imágenes mentales puede introducir pensamientos e ideas.
3. **Regla 3: Negar el encuadre:** Si le digo que no se imagine una araña en una red, primero su cerebro tendrá que imaginar la araña para después dar la orden de no hacerlo. Decirle a un objetivo que tenga cuidado, que esté atento a algo, le coloca de inmediato en el encuadre que quiere. Esta técnica se emplea a menudo en ingeniería social.
4. **Regla 4: Conseguir que el objetivo piense en el encuadre refuerza ese encuadre:** Cada vez que el cerebro se centra o piensa en algo, se refuerza esa idea. Cuanto más consiga que el objetivo imagine el encuadre al que quiere conducirlo, más sencillo será reforzarlo y llevarlo hacia él. Los medios de comunicación son maestros de la manipulación. Se puede aprender mucho observando cómo emplean estas técnicas. Empleando la omisión o dejando fuera algunos detalles de la historia o la historia completa, pueden conducir a una conclusión que considere propia, pero en realidad es la conclusión del medio de comunicación. Los ingenieros sociales pueden hacer esto. Omitiendo detalles y filtrando sólo los que le interesan, puede crear el encuadre al que quiere conducir a su objetivo. Otra táctica empleada por los medios de comunicación es el etiquetado. Cuando quiera marcar algo como positivo dicen cosas como la gran defensa de...o nuestra saneada economía. Estas frases crean imágenes mentales de estabilidad y salud y ayudan a llegar a conclusiones positivas. Etiquetas como terrorista islámico o teorías conspirativas crean una imagen muy negativa. El etiquetado es efectivo porque distorsiona la realidad pero no tanto como para falsearla, por lo que suena creíble. Un auditor de seguridad puede formar la impresión deseada dando la sensación de que está siendo objetivo.

Aplicar las cuatro reglas del encuadre y planificar mucho hará que el encuadre sea una fuerza poderosa a tener en cuenta. Éste es motivo por el que, desgraciadamente, los ingenieros sociales maliciosos utilicen esta técnica a diario. En los países occidentales sobre todo, la gente está adiestrada para aceptar que le digan qué y cómo pensar. El encuadre es una forma de arte y cuando se combina con la ciencia de la comunicación y la influencia puede convertirse en una fuerza poderosa en las manos de un ingeniero social habilidoso, que puede presentar la información de forma que resulte fácil que el objetivo se alinee con él, realice una acción sin sentirse culpable o altere su percepción de la realidad.

LA MANIPULACIÓN: CONTROLAR AL OBJETIVO

La manipulación es considerada por mucha gente como un tema siniestro al que se teme por el modo en que normalmente se relata. Desde algo tan siniestro como el lavado de cerebro hasta las sutiles instrucciones de los vendedores, las tácticas de manipulación son algo que todo auditor de seguridad debe estudiar y perfeccionar. El propósito de la manipulación es superar al pensamiento crítico y al libre albedrío de los objetivos. Cuando el objetivo pierde la habilidad para tomar una decisión en base a procesos informados, la persona que le manipula puede alimentarlo con sus ideas, valores, actitudes o razonamientos. La manipulación se utiliza de seis maneras que se cumplen tanto en el lavado de cerebro como en cualquier manipulación menos dañina.

- **Conseguir que el objetivo sea más sugestionable:** En su versión más radical, la privación de sueño o comida consigue que el objetivo sea más sugestionable. En un plano menos extremo, las insinuaciones sutiles que crecen en intensidad hacen que el objetivo sea más fácil de sugestionar
- **Hacerse con el control del entorno del objetivo:** Esta técnica puede implicar muchas cosas, desde controlar el tipo y la cantidad de información a la que el objetivo tiene acceso hasta elementos mucho más sutiles como acceder a los sitios web de medios sociales del objetivo. Acceder a los medios sociales le permite observar las formas de comunicación del objetivo a la vez que ejerce el control sobre la información que recibe
- **Crear la duda:** Desestabilizar y minar el sistema de creencias del objetivo puede ser muy efectivo para manipularlo en cierta dirección. Debe hacerse con discreción. No puede simplemente irrumpir y comenzar a degradar a su objetivo; en lugar de eso, puede afectar a su habilidad para tomar decisiones racionales cuestionando las normas que sigue, su trabajo o sus creencias

- **Crear un sentido de impotencia:** Esta técnica verdaderamente maliciosa se utiliza en los interrogatorios en tiempo de guerra para lograr que el objetivo pierda la confianza en sus convicciones. Como ingeniero social puede utilizar esta táctica presentando los hechos que ha recibido de alguien con autoridad y creando con ello un sentimiento de impotencia.
- **Provocar respuestas emocionales intensas en el objetivo:** Estas respuestas pueden incluir dudas, culpabilidad, humillación, etc. Si las emociones son lo suficientemente intensas, pueden cambiar su sistema de creencias completo. En el contexto de una auditoría de seguridad es necesario tener cuidado para no provocar emociones negativas dañinas, pero utilizar tácticas que provoquen una respuesta emocional basada en el miedo a perder o en el castigo puede ser beneficioso para lograr su meta.
- **Intimidación:** El miedo al dolor físico o a otras circunstancias nefastas puede utilizarse para que el objetivo ceda a la presión. La mayoría de ingenieros sociales no seguirá este camino, a no ser que esté empleando como táctica el espionaje empresarial, pero en una audiencia normal, esta táctica utiliza la percepción de autoridad para generar sentimientos de miedo y de pérdida potencial.

No obstante, en la mayoría de las ocasiones la manipulación no es tan radical. En un nivel muy básico, imagine que está en una habitación llena de gente y alguien grita su nombre ¿Cuál es su reacción? Normalmente se girará y contestará: ¿Si? Ha sido manipulado, aunque no necesariamente de forma negativa. A nivel psicológico, la manipulación es aún más profunda. Observe el proceso que ha tenido lugar para que se diera la reacción que acabamos de describir. Su cerebro escucha su nombre y automáticamente formula una respuesta. La conexión entre la respuesta del cerebro y la respuesta vocal es muy corta. Incluso si no formula una respuesta vocal o si la llamada se refería a otra persona, cuando se hace una pregunta su cerebro responde. Simplemente estar cerca de dos personas conversando y escuchar una pregunta hará que su mente formule una respuesta. Si escucha a dos personas hablando sobre el aspecto físico de otra, creará una nueva imagen mental. Si escucha a alguien contar un chiste de un pollo cruzando una carretera, imaginará el pollo, la carretera y la escena completa. Otra táctica de manipulación es el condicionamiento. La gente puede ser condicionada para relacionar ciertos sonidos o acciones con sensaciones y emociones. Existen maneras de condicionar al objetivo para que reaccione a grupos de estímulos del modo en que quiera que lo haga. Para encontrar una respuesta, lea las siguientes secciones, que proporcionan algunos ejemplos de manipulación en el marketing y los negocios para crear una base de discusión y análisis sobre el uso de la manipulación a nivel personal.

Retirar o no retirar: El fabricante de los medicamentos para niños Tylenol, entre otros fármacos de venta sin receta, descubrió una remesa defectuosa pero no quiso llevar a cabo una retirada del producto debido al alto coste de dicha acción. ¿Qué fue lo que hizo su empresa? Utilizó la manipulación. Recurrieron a los servicios de un grupo de contratistas para que fueran de farmacia en farmacia y compraran todo el medicamento que tuvieran, para destruirlo después. Por desgracia para ellos, el plan se estropeó cuando a uno de los contratistas se le cayó un documento en una de las farmacias en el que se explicaba el complot, que fue entonces denunciado a la FDA. Por su parte, la FDA obligó a la empresa a retirar 136 millones de frascos solamente en una de las cuatro retiradas del producto que se ejecutaron. Desgraciadamente, ya era demasiado tarde porque se habían detectado 775 casos de niños afectados con reacciones adversas a este lote defectuoso, 37 de los cuales acabaron con la muerte del niño. En el informe no se pudo aclarar si las muertes fueron causadas por el medicamento, pero eso ahora es irrelevante. Éste es un caso muy siniestro de manipulación o, al menos, de un intento de manipulación. Con tal de salvar la imagen de la empresa estuvieron dispuestos a ignorar los procedimientos pertinentes y la seguridad de millones de niños de todo el mundo. Intentaron manipular el sistema y en el proceso hubo gente que perdió la vida. Cuando la empresa fue descubierta se pusieron de manifiesto varias tácticas de manipulación interesantes. Desviaron la atención asegurando que la razón para actuar de aquel modo fue que sus expertos creían que no existía peligro evidente para la salud de los niños. Después de hacer esta afirmación, presentaron una disculpa formal y despidieron a seis ejecutivos. Entonces fue cuando empezó la verdadera manipulación. Cuando se le preguntó, la empresa negó que hubieran intentado hacer una retirada fantasma, como fue denominada. La empresa quería realizar pruebas sobre la remesa supuestamente defectuosa y los contratistas estaban comprando esa remesa para poder llevar a cabo las pruebas. Si hubieran encontrado problemas en el producto, habrían tomado las medidas oportunas. Merece la pena explicar este tipo de manipulación porque la táctica de desviación se puede emplear a menor escala. Si le descubrieran en un lugar en que no debería estar, tener una cuartada creíble puede servir para manipular al objetivo para que deje vía libre.

La ansiedad curada por fin: Una de las empresas farmacéuticas más grandes del mundo, lanzó una campaña publicitaria diseñada para educar a la gente sobre algo que denominó trastorno de ansiedad social. Estas encuestas y sondeos iban dirigidos a educar a la gente sobre este trastorno y cómo saber si lo padecía. En 1999 lanzó una campaña en prensa y televisión anunciando que había encontrado la cura para el trastorno de ansiedad social, que denominaron Plaxil. Utilizando la información que habían recabado con las encuestas, la empresa compró espacios en algunos de los programas de televisión más exitosos del momento donde anunciaron datos estadísticos que afirmaban que diez millones de estadounidenses sufrían trastorno de ansiedad social, pero que ahora había esperanza para ellos. La empresa se convirtió en la número uno del mercado de los inhibidores selectivos de recaptación de serotonina. En 2001, consiguió la aprobación de la FDA para comercializar Paxil tanto para el trastorno de ansiedad social generalizado como para el síndrome de estrés posttraumático. Los ataques del 11 de septiembre supusieron un incremento espectacular en las recetas de todo tipo de antidepresivos y fármacos contra la ansiedad. En aquel momento, los anuncios de Paxil lo señalaban como la respuesta a los incómodos sentimientos de miedo e indefensión que mucha gente sentía después de los ataques. No estoy diciendo que el fármaco no funcione o que las intenciones de la empresa fueran malas, pero creo que éste es un caso especialmente interesante en el que la manipulación del mercado empezó con educación y acabó con un crecimiento enorme de ventas, creando nuevos trastornos por el camino. Este tipo de montaje se emplea habitualmente en el mundo del marketing, pero se utiliza también en política e incluso en relaciones personales, presentando un problema terrible, para luego presentar unos hechos que se consideran la prueba de que lo que se dice es cierto.

¡No puede obligarme a comprar eso! Kmart desarrolló una idea que denominó planograma, que es un diagrama que muestra a los minoristas cómo colocar los productos en las tiendas en base a los colores, los tamaños y otros criterios para poder manipular a sus clientes para que quieran comprar y gastar más. El empleo de estos planogramas es una forma de manipulación porque los investigadores han estudiado cómo piensa y compra la gente. Este conocimiento les sirvió para desarrollar mecanismos de control del impacto visual para aumentar el deseo de comprar de los consumidores. Se emplean tres tipos de distribuciones para manipular a los consumidores:

1. **Emplazamiento horizontal del producto**
2. **Emplazamiento vertical del producto**
3. **Emplazamiento por bloques**

Los planogramas no son el único método para manipular a los consumidores. Se realizó una prueba en la que en un centro comercial sonaban bucles musicales diseñados específicamente. Los resultados mostraron que los consumidores permanecieron más tiempo en el centro comercial una media de un 18 por 100 más de tiempo que cuando no sonaba la música. Los investigadores perfumaron el aire con unos aromas especiales que supuestamente provocarían felicidad y ganas de comprar. El resultado fue que en la semana del estudio hubo un gasto medio de 50 euros más por consumidor. Saber cómo la gente agrupa cosas en su cerebro puede ayudarle a organizarse para de este modo manipular los sentimientos, las sensaciones y los pensamientos de sus objetivos. En lo que se refiere a los colores, existen muchas formas de manipular las emociones de un objetivo. En este campo se aplican muchos de los principios del emplazamiento de productos, pero además un color concreto puede afectar al pensamiento o las emociones de otra persona.

Condicionar al objetivo para que responda positivamente: El condicionamiento se usa en cualquier situación desde una conversación normal al marketing o a la manipulación malintencionada. La naturaleza humana se utiliza a menudo para manipular a la mayoría de las personas para que realicen las acciones que los manipuladores desean. Estas técnicas son tan encubiertas que en ocasiones ni siquiera sabemos si están funcionando. El condicionamiento es una forma de manipulación muy sutil. Estas técnicas se usan mucho en el mundo de las ventas y del marketing con la meta de manipular al consumidor para que compre los productos de la empresa en lugar de los de la competencia. Los ingenieros sociales no venden un producto, pero quieren que el objetivo les compre lo que les están vendiendo: el pretexto que presentan y las acciones que quieren que realice el objetivo

INCENTIVOS DE LA MANIPULACIÓN

¿Cuáles son los incentivos para manipular a alguien? Esta pregunta llega hasta las raíces de los métodos, el pensamiento y las tácticas empleadas en la manipulación. No toda manipulación es negativa, pero siempre está relacionada con los incentivos que se esconden detrás. Y cada incentivo puede ser positivo o negativo. Un incentivo es cualquier cosa que le motiva a realizar cierta acción. Puede ser dinero, amor, éxito: cualquier cosa, incluidas las emociones negativas como el odio, los celos o la envidia. Las razones principales por las que las personas eligen manipular a otros pueden dividirse en tres categorías:

1. **Incentivos económicos:** Este tipo de incentivos suelen ser los más habituales. Muchas estafas esconden detrás un incentivo económico. Un ejemplo no malintencionado de incentivo económico son los cupones de descuento. Si un comprador ahorrativo quiere probar un producto, acudirá a esa tienda. Muchos anuncios que le animan a ampliar su educación, su carrera o habilidades profesionales usan estos incentivos presentándole el panorama de que sus ingresos aumentarán después de que realice el curso que le ofrecen. El incentivo para emplear la manipulación en los ataques maliciosos es el beneficio económico propio y, por lo tanto, su motivación y su técnica reflejan este hecho. P.e, si la meta del ingeniero social malicioso es que el objetivo le entregue parte del dinero que tanto le ha costado ganar, utilizará pretextos como obras de caridad que encajan con este escenario, porque en estos casos es normal pedir donaciones o información financiera.
2. **Incentivos ideológicos:** Los incentivos ideológicos son los más difíciles de describir. Los sueños y creencias pueden estar tan integrados en una persona que separarlos de ella llegue a ser casi imposible. Los sueños y metas de algunas personas son quienes son, no lo que piensan. La gente tiende a unirse a otras personas con sueños y metas parecidas. Pero éste es también el motivo por el que tantas personas pueden ser manipuladas. Piense en los telepredicadores cristianos, p.e. Las personas que tienen fe y un deseo de creer en Dios se agrupan a su alrededor. Personas de ideas afines pueden reforzar la fe y el deseo de hacer lo correcto los unos a los otros, pero el telepredicador puede emplear esta ideología para convencerles de que el deseo de Dios es que esa iglesia en particular prospere, llenando de paso de billetes los bolsillos del telepredicador. Los telepredicadores emplean las herramientas tanto de los ideales económicos como de los sociales para transformar los ideales de la audiencia y conseguir que entreguen su dinero. Lo más interesante es que si se le pregunta a un seguidor qué piensa de que el predicador sea mucho más rico que él, afirmará que es voluntad de Dios. Sus ideales han sido transformados o manipulados. Los incentivos ideológicos también se utilizan para bien, p.e educando a la gente sobre moral y ética, y también puede ser muy efectivo recurrir a emplear el miedo como incentivo. Los incentivos ideológicos suelen enseñarse a los niños a través de cuentos y fábulas que tienen un sentido oculto. Los cuentos en que los personajes malvados acaban sufriendo dolor físico o incluso la muerte y los buenos superan todo tipo de dificultades obteniendo una gran recompensa al final refuerzan a través del miedo la idea de que ser malo conduce a la muerte o a un castigo terrible. Los incentivos ideológicos también se emplean en el marketing emplazando anuncios donde los ideales afines convergen. P.e, los refugios para animales abandonados se anuncian en el zoo, las marcas de ropa deportiva se anuncian en eventos deportivos, etc. Este tipo de incentivo aumenta las posibilidades de que las personas que comparten .los mismos ideales compren los bienes o servicios anunciados. A menudo, cuando una persona se siente atraída hacia una causa, es cuando empieza la manipulación. Lo volvemos a decir, no toda manipulación es mala, pero hay que saber emplearla del modo correcto.

3. **Incentivos sociales:** Los incentivos sociales son los que más ampliamente se utilizan especialmente en ingeniería social. Los humanos somos sociales por naturaleza; esto es lo que hacemos en nuestra vida diaria. Además, los incentivos puede también ajustar, alinear o ampliar sus ideales. Puede decirse que los incentivos sociales son más fuertes que los otros tipos de incentivos. Es fácil observar el poder que tiene la presión del grupo sobre muchas personas engloban todos los demás tipos de incentivo. Una relación adecuada puede mejorar su situación económica y. La atracción de la conformidad es poderosa. Muchas veces lo que se considera aceptable está conectado con un incentivo social. El modelo de los incentivos sociales es un arte especialmente complicado. Aunque los incentivos sociales son relativamente sencillos de identificar y clasificar, la manipulación y manejo de los mismos incentivos requieren un esfuerzo bastante mayor. Aumentar o reducir el atractivo del incentivo social no es demasiado difícil una vez que sepa lo que motiva a esa persona. Este fenómeno es especialmente evidente en los grupos de adolescentes. Los incentivos sociales funcionan. La investigación analiza cómo las personas que tienen amigos en el trabajo realizan su labor cuando trabajan en grupo con esos amigos. Los incentivos sociales son un determinante cuantitativo importante del rendimiento de un trabajador. La presencia de amigos implica que la persona trabajará más o menos dependiendo de su nivel de trabajo normal. La presión del grupo en ausencia de presión real puede afectar al trabajo de la gente. La presión se percibe según lo que se considera normal. Quizá aunque la persona pueda trabajar mejor o más rápido no quiere parecer un sabelotodo o un pelota, como a veces se denomina a esa gente. Quizá, si normalmente es un holgazán no quiere que lo consideren un vago y se esfuerza un poco más. En ambos casos, su ética del trabajo se ve afectada por sus amigos. Una buena táctica de gerencia es poner siempre a los mejores trabajadores y los líderes naturales por encima. Pero hay mucho que aprender de esta investigación. Al unirse a un gran grupo de gente que vuelve a la oficina después del almuerzo y parecer uno de los empleados, las opciones de ser descubierto por el guarda al cruzar la puerta se minimizan. También es la forma en que se puede manipular a un grupo para que piensen que cierta acción o actitud es aceptable. Puede comprobar este hecho en la industria del entretenimiento, donde parece que cada año el estándar de lo que es moralmente aceptable desciende un poco más, vendiéndose esta caída como libertad.

LA MANIPULACIÓN EN INGENIERÍA SOCIAL

La manipulación consiste menos en lograr que los demás piensen como usted o se sientan cómodos y más en coaccionarlos para que hagan lo que desea. La palabra coacción no es muy agradable. La manipulación y coacción emplean la fuerza psicológica para alterar la ideología, creencias, actitudes o conductas del objetivo. La clave es aplicarlas con pasos tan pequeños que sean casi imperceptibles. El ingeniero social no debe alertar al objetivo de que está siendo manipulado. Algunos de los siguientes métodos pueden resultar controvertidos o absolutamente horribles, pero se utilizan a diario por estafadores, ladrones de identidad, etc. Una de las metas de la manipulación puede consistir en crear ansiedad, estrés y un exceso de presión social. Teniendo esto en cuenta, puede comprender por qué normalmente se piensa en la manipulación en términos negativos

- **Aumentar la sugestibilidad del objetivo:** Aumentar la sugestibilidad del objetivo puede implicar la utilización de la programación neurolingüística (PNL) u otras pistas visuales. Una situación en la que la otra persona se sienta susceptible a la sugestión se puede crear a través de la repetición de ideas u otros métodos que consigan que el objetivo acepte ideas que se le presentan. Debe asegurarse de que todos los detalles vayan en la dirección de esta manipulación. Se pueden implantar varios tipos de creencias en el objetivo una vez que ha sido perturbado con miedo, ira o excitación. Estos sentimientos causan una sugestibilidad intensificada y deficiencias en el juicio. Un ingeniero social puede aprovechar este fenómeno ofreciendo al objetivo una sugerencia que le provoque miedo o excitación para ofrecer después una solución que se transforma en una sugestión. Conocer al objetivo y sus gustos, el nombre de sus hijos, sus equipos favoritos y su comida preferida y utilizar estos datos para crear un ambiente emocional hará mucho más fácil la existencia de una atmósfera susceptible.
- **Controlar el entorno del objetivo:** El control del entorno del objetivo se emplea a menudo en la ingeniería social on-line, las estafas y el robo de identidad. Al entrar a formar parte de las mismas redes sociales que el objetivo, el atacante consigue el tiempo necesario para establecer contacto y manipularlo para que actúe o piense como desea. Las redes sociales también se pueden utilizar para descubrir cuáles son las cosas que motivan al objetivo. Es imposible controlar todo su entorno y controlar tanto como pueda conlleva planificación e investigación. Un buen ingeniero social se tomará tiempo para construir una relación y reunir información antes de dar el golpe final. El control del entorno se emplea a menudo en los interrogatorios de la policía o en tiempo de guerra. El entorno en el que se realiza el interrogatorio creará una atmósfera en la que el objetivo se sienta cómodo, nervioso, intimidado, ansioso o en cualquier otro estado en el que desee que se encuentre.
- **Forzar al objetivo a reevaluar:** socavar las creencias, la conciencia o el control emocional de una situación del objetivo tiene un efecto desestabilizador en él. Esta es una táctica muy negativa porque se emplea para hacer dudar al objetivo de las cosas que considera ciertas. Las sectas utilizan esta táctica para aprovecharse de aquellos que buscan dirección en la vida. En muchas ocasiones, la gente que se siente perdida o confundida está convencida de que todo su sistema de creencias necesita reevaluarse. Cuando la secta toma el control, puede llegar a convencer a las víctimas de que sus familiares y amigos no saben lo que es mejor para ellas. En el campo de la ingeniería social, puede lograr que una persona revalúe las creencias que tiene sobre lo que es seguro y lo que es inseguro o sobre lo que es política de la empresa y lo que no lo es. A diario se emplean tácticas similares presentando un argumento bien pensado que provoque que el objetivo revalúe su posición en cierto tema y le haga dudar.
- **Lograr que el objetivo se sienta impotente:** Conseguir que el objetivo se sienta vulnerable o impotente es otra táctica siniestra pero muy efectiva. Se emplea a menudo en ingeniería social cuando el pretexto es un ejecutivo enfadado o alguien que tiene poder sobre el objetivo. Otro método más sutil consiste en socavar el sistema de creencias empleando incentivos sociales. Darle al objetivo la impresión de que no tiene tiempo para pensar o que la situación es urgente

también puede hacerle sentir impotente. No puede tomarse tiempo para pensar cómo manejar el problema y, por tanto, debe tomar una decisión de una forma que sabe que no es la correcta

- **Infringir castigo no físico:** Íntimamente conectado con hacer sentir impotente al objetivo está hacerle sentir culpable, humillado, ansioso o desfavorido. Estos sentimientos pueden ser tan fuertes que el objetivo llegue a hacer cualquier cosa por volverse a ganar su favor. La culpa por no haber cumplido con las expectativas puede causar humillación y duda, lo que puede provocar que el objetivo reaccione como quiere el atacante.
- **Intimidar a un objetivo:** La intimidación no debe aplicarse de modo habitual en ingeniería social. No va a atar al objetivo y actuar con él como un matón, pero puede usar la intimidación de maneras más sutiles. Sugerir que si no accede a lo que le pide puede conllevar que le despidan u otras consecuencias negativas pueden intimidar al objetivo haciéndole reaccionar. Los gobiernos emplean esta táctica muy a menudo para manipular a la sociedad para que crea que el sistema económico se viene abajo. De esta forma puede controlar las emociones de la gente. Una forma de emplear esta táctica es sencillamente mostrar una apariencia intimidante. Parecer ocupado, disgustado o enfascado en una tarea importante puede intimidar a mucha gente. Hablar con aire autoritario también funciona. Hacer que la persona tenga que firmar al recibir un paquete de contenido incierto puede conseguir que algunas personas se sientan intimidadas en cierto modo. La meta con esta táctica es lograr que el objetivo se sienta incómodo y ansioso, lo que hará que reaccione de un modo del que luego se puede arrepentir. Muchos ingenieros sociales y auditores profesionales utilizan estas tácticas siniestras de manipulación con mucho éxito. Cuando una persona ha sido manipulada para sentirse indefensa, es más probable que se rinda ante el atacante. Aquí es donde existen ciertas deferencias entre la manipulación en ingeniería social y en otras formas de influencia. En la manipulación negativa, el atacante desaparece sin importarle cómo se siente el objetivo después. Existen otros aspectos de la manipulación igual de poderosos pero menos siniestros
- **Emplear la manipulación positiva:** La manipulación positiva tiene las mismas metas que la negativa: al final el objetivo está alineado con los pensamientos y deseos del atacante. Las diferencias están en la forma de llegar a ese punto. En la manipulación positiva, el objetivo no necesita recurrir a la terapia cuando todo ha terminado. A menudo, se emplean técnicas de manipulación positiva que pueden ser útiles en ingeniería social
- **Desconecte su emoción de la conducta del objetivo:** Es importante mantener sus emociones separadas de la conducta del objetivo. En el momento en que permite que sus emociones se involucren, el objetivo le está manipulando. Puede sentir emociones, por supuesto, pero controle lo que siente y cómo demuestra ese sentimiento. No debe perder el control. También debe controlar las emociones negativas todo lo posible. Al desconectar sus emociones puede lograr que la gente se sienta cómoda. Esto no significa que no muestre emoción alguna; eso resulta molesto a los demás. Si alguien se siente disgustado, es bueno mostrar la cantidad adecuada de preocupación pero si se excede en su demostración puede descolocar al objetivo arruinando la acción. Mantenga sus emociones alineadas con el pretexto. Un buen ingeniero social es capaz de hacerlo a pesar de las actitudes o acciones del objetivo. Si el objetivo está disgustado o enfadado o se muestra beligerante o maleducado, el ingeniero social se mantiene tranquilo y atento
- **Intente mencionar las cosas positivas:** Siempre que pueda, intente bromear o hacer un cumplido, pero sin resultar repulsivo. Encontrar algo positivo que decir hace que la gente se sienta cómoda pero debe hacerse con control y gusto.
- **Presuponer, presuponer y presuponer:** Habrá oído lo que dicen sobre la gente que da las cosas por sentadas, pero en este caso, de todo por hecho. Dé por hecho que el objetivo va a actuar como usted quiere, dé por hecho que va a responder como desea y que va a acceder a todas sus peticiones. Dé las cosas por sentadas con sus afirmaciones y preguntas. Presuponer que lo que quiere va a ocurrir también es un punto importante porque afecta a su perspectiva. Debe dar la impresión de que va a conseguir lo que ha venido a buscar, ese sistema de creencias afectará a su lenguaje corporal y a sus expresiones faciales ayudando a su pretexto para que funcione. Si está convencido de que tendrá éxito, es probable que así sea. Una advertencia no llegue hasta el punto de resultar arrogante.
- **Pruebe distintas líneas:** Lo normal es empezar con los típicos por qué/cuándo/cómo, pero intente otros métodos para ver qué sucede. Empezar una conversación con un cumplido exagerado tiene el efecto contrario al deseado. Palabras como sexy, preciosa o excitante tienen efectos desastrosos, mientras que palabras como maravilloso o fascinante resultan más positivas. Saludar con expresiones como hey u hola desmotiva al objetivo mientras que expresiones como ¿cómo va eso? o ¿qué tal estás? Funcionan muy bien. La idea es que la gente reacciona mejor a los saludos originales. Del mismo modo, en una situación de ingeniería social cambie su forma de presentarse y comprobará un cambio en la reacción de sus objetivos al mensaje.
- **Utilice el tiempo pasado:** Cuando quiera tratar un asunto negativo que no quiere que el objetivo repita construya la frase en pasado. Esta técnica pone las actitudes y acciones negativas en el pasado en la mente, haciendo borrón y cuenta nueva para empezar a tratar asuntos positivos. Sólo ha cambiado el tiempo verbal, pero el efecto es muy importante. Da la impresión de que la afirmación negativa está lejos en el pasado y es el momento de avanzar a algo nuevo y positivo. También se consigue que el objetivo vea que usted lo considera ya en el pasado.
- **Localizar y destruir:** Identifique, trace el mapa y planifique cómo va a manejar cualquier actitud negativa o perjudicial. Si no piensa cómo manejar las potenciales barreras comunicativas o influencias negativas y espera a que sucedan para reaccionar, cuando ocurren seguramente no las manejará bien. Esto plantea una interesante reflexión. Pensar en ese tipo de cosas puede ayudarle a diseñar un plan para manejar esos problemas. La manipulación positiva puede tener un éxito muy intenso en su objetivo. No sólo conseguirá que no se sienta violentado, si lo hace correctamente, el objetivo puede tener la sensación de haber hecho una buena acción.

LAS HERRAMIENTAS DEL INGENIERO SOCIAL

Para tener éxito en ingeniería social, es fundamental contar con un buen juego de herramientas. Además, no se trata sólo de poseer las herramientas sino de saber cómo utilizarlas en su trabajo

- ✓ **Herramientas físicas:** La seguridad física son las medidas que toman las personas o las empresas para estar seguros, que no implican el uso de ordenadores. Puede encontrar historias sobre lo sencillo que resulta abrir puertas con cadenas y candados en YouTube y hay una página del MIT que distribuye de manera gratuita una guía de apertura de puertas. (www.lysator.liu.se/mit-guide/MITLcookGuide.pdf)
 - **Ganzúas**
 - **Abrir cerraduras magnéticas y electrónicas**
 - **Herramientas para abrir cerraduras**
 - **Cuchillo Shove**
 - **Llaves bumping**
 - **Cuñas para candados**
 - **Cámaras y dispositivos de grabación**
 - **Utilización del rastreador GPS**
 - **Revisar datos del rastreador GPS**
- ✓ **Herramientas de recopilación de información on-line**
 - **Maltego**
 - **SET: el juego de herramientas del ingeniero social**
- ✓ **Herramientas telefónicas**
 - **SpoofCard**
 - **SpoofApp**
 - **Asterisk**
 - **Emplear guiones**
- ✓ **Herramientas de descifrado de contraseñas**
 - **CUPP**
 - **CeWL**