

DE LA PROPAGANDA A LA PUBLICIDAD POLITICA

por GUILLERMO HOLZMANN PEREZ*

La realidad política de nuestro tiempo impone a la sociedad una responsabilidad fundamental en las decisiones que un país debe asumir. La conciencia de esta responsabilidad, por parte de la sociedad, es inevitable si pensamos en la cantidad de información de la cual dispone para tomar su decisión.

El simple hecho de ejercer el derecho a voto supone hoy un conocimiento político que supera por mucho al que se necesitaba antes. Hoy en día las comunicaciones delimitan el quehacer político tanto de partidos como de ciudadanos. La tecnología que lleva implícita los medios de comunicación marca una diferencia fundamental en la evaluación de los procesos políticos.

Las nuevas formas de comunicación e información pueden marcar el ocaso de la política inconsciente, que hace a los pueblos objeto de la manipulación de las elites. En este sentido compartimos el pensamiento de Duverger de que esa forma de dominación subsiste por la simple razón de que los pueblos ignoran los mecanismos de manipulación. Nos encontramos, en virtud del desarrollo de las ciencias del hombre, entre los que se cuentan las de información, en el advenimiento de la era de la política consciente, donde los hombres dejarán de ser cosas, objetos, en manos de sus dirigentes (Duverger, 1959).

Ciertamente que en la base del fenómeno político esencial se seguirá dando la relación gobernante-gobernados, pero el proceso de institucionalización del poder mostrará más claro y más nítido que se obedece a la función, no a los hombres que las desempeñan.

Las creencias constituyen, en la práctica, el fundamento necesario y suficiente del poder político. Ellas son el soporte de los diversos tipos de dominación humana. Se desenvuelven a través de la presión social, del encuadramiento y la estratificación colectiva, del consenso existente en todo grupo social. Los gobernados creen que es necesario obedecer a los gobernantes establecidos según ciertas y determinadas formas. La mayor parte de los hombres cree que el poder debe tener una cierta naturaleza, descansar sobre ciertos principios, revestir una cierta forma, fundarse sobre un determinado origen (Duverger, 1959). De ahí que la legitimidad se relacione íntimamente con el sistema dominante.

*GUILLERMO HOLZMANN P.: Magister en Ciencia Política, Mención Teoría Política. Académico Instituto de Ciencia Política, Universidad de Chile.

En un nivel menos profundo pero más objetivo están situadas las opiniones. Son la atmósfera del universo político. Al respecto, dice Burdeau que en todo grupo político existe un sentimiento general relativo a los asuntos públicos, a los intereses comunes, un sentimiento que corresponde a aquello que podríamos denominar opinión pública. Su función es la de inspirar actitudes a los gobernantes.

En los regímenes no totalitarios el sistema social y económico se orienta, por lo general, al libre juego de los intereses, y en líneas más o menos constantes, las opiniones políticas corresponden a las que sustentan las grandes fuerzas económicas y sociales. Así sucede, por ejemplo, con la importancia creciente y central que ha tomado el concepto de "propiedad privada" en nuestro país, donde se destaca tanto su importancia económica como social, obligando a los actores políticos, gubernamentales y no gubernamentales, a pronunciarse respecto de él.

En general, todo mecanismo político existente en una sociedad como elemento básico del orden institucional, busca su preservación basado en la cultura de cada pueblo. Es el caso de la democracia, que responde a un esquema cultural aceptado en Occidente y, según el cual, toda sociedad ayuda a su conservación y estabilidad. Por ello es que las fuerzas políticas tratan de captar al público, modelar las opiniones y orientar su movimiento en las direcciones más favorables a sus intereses. Se mueven hábilmente considerando todas las características que la nación posee en orden religioso, económico, cultural y social, pero esa captación encuentra sus límites naturales en las creencias y convicciones del ciudadano común, que cree tanto en la igualdad como en la libertad, que cree en el porvenir, en el progreso y en el desarrollo individual y cuyas actitudes, en cuanto respuesta a representaciones colectivas, son bastantes sólidas.

En la realidad existe una interacción continua de los organismos gubernamentales, los partidos políticos y los grupos de interés para influir sobre la opinión pública y de ésta, a su vez, para gravitar sobre lo político y lo social. La razón es sencilla: depende de la ciudadanía el acceso y mantenimiento en el poder y la aprobación de las distintas políticas. Es la legitimidad del poder basada en la creencia de la opinión pública.

La opinión pública es una de las nociones fundamentales de la ciencia política y uno de los factores esenciales de la sociedad humana organizada. Sea que ella se cree y desenvuelva libremente, sea que se fabrique y mistifique, ella constituye un elemento fundamental para la existencia y legitimidad de la autoridad. Tiene el carácter de una institución vital, irremplazable e irreductible de la sociedad humana, que si bien pueden sus enemigos desnaturalizarla, en modo alguno pueden prescindir de ella ni de su influencia moral y política. Esto explica el interés de los partidos políticos por fabricar una opinión pública favorable, crearla artificialmente y camuflarla por medio de hábiles técnicas tales como la propaganda y la publicidad política.

No sin razón se estima que el desarrollo tecnológico de los medios de información influye sobre el pensamiento y el sentimiento de los ciudadanos y que los grandes diarios, la radio y la televisión abren, al mismo tiem-

po, extraordinarias posibilidades para expresar y limitar la opinión pública. El problema ético que muchas veces éste plantea se encuentra en constante discusión.

El hombre contemporáneo requiere la información para conocer los acontecimientos u organizar su vida; formar opiniones sobre lo que le interesa o lo afecta. La información satisface la necesidad de conocimiento, y el conocimiento, a su vez, sirve a la formación y formulación de opiniones. Información, conocimiento y opinión tienen, de este modo, una conexión muy íntima.

La opinión pública se encuentra condicionada por la descripción o la relación pura y simple de los hechos con sus antecedentes, sus manifestaciones y sus consecuencias; es decir, por la información que recibe de los diversos medios de comunicación y difusión. Debemos considerar que la opinión pública no es la exteriorización de cualquier punto de vista ni de una opinión especializada o técnica, ni de una opinión popular; más bien se trata de una opinión en cierto modo calificada, aunque incompleta, de quienes atienden y entienden las cuestiones públicas.

Es interesante destacar la distinción que realiza Burdeau entre opinión pública y voluntad popular. Para Burdeau la voluntad popular se relaciona con la acción, es constante y no declina hasta cuando obtiene resultados. Es decir, la voluntad popular tiende a realizarse pero no cambia. La opinión pública, en tanto, es más objetiva y autónoma, carece de fuerza y constancia para la acción efectiva. Es decir, puede cambiar, modificarse o disgregarse.

La voluntad popular es un conjunto de voluntades individuales, mientras que la opinión pública no es nunca la suma de las opiniones individuales, sino un producto, una síntesis de tales opiniones.

La información contribuye a la formación de la opinión pública, la suscita, incluso la crea. La voluntad popular precede a la información. Esta la pone de manifiesto, la expresa pero en modo alguno la forma.

Sobre la opinión pública se conformó la democracia moderna; sobre la voluntad popular se está conformando, gradualmente, la democracia contemporánea.

La voluntad popular manifiesta un requerimiento, mientras que la opinión sólo muestra un juicio. De ahí la importancia que tiene la voluntad popular en el dinamismo interno de la vida política contemporánea.

Pero ya sea que se trate de opinión pública o voluntad popular, no cabe duda de que la información posee un papel destacado para formarla en el caso de la primera, o para expresarla, en el caso de la segunda.

La pregunta que aflora en todo este planteamiento es: ¿cómo se influye en la voluntad popular y en la opinión pública? La respuesta se encuentra, efectivamente, en el concepto de propaganda e información.

La distinción entre información y propaganda es difícil de precisar, ya que se encuentran íntimamente relacionadas.

A decir verdad, no existe información pura. Siempre hay en la información una deformación y una orientación. Hablar de información objetiva es una contradicción en los términos, en el sentido de que un ser humano no puede dar sino una información subjetiva; es decir, marcada por su personalidad, lo que sí se puede exigir es que sea comprensivo, es decir, que presente con exactitud y corrección el punto de vista de otros, que lo dé a conocer sin desfigurarlo ni disminuirlo.

Del mismo modo, podemos señalar que no hay propaganda absoluta. Aunque sólo sea para dar a la propaganda cierta credibilidad es necesario incorporarle elementos auténticos de información.

La propaganda imprime a la información una deformación cualitativa y cuantitativa.

La deformación cuantitativa se realiza cuando se exagera un hecho poco importante en sí, o viceversa; es decir, se subestima un hecho importante.

Respecto de la deformación cualitativa podemos señalar que se encuentra antecedida de un prejuicio subjetivo u objetivo, pero que refleja una opinión u opción personal frente al hecho informado.

Antes de entrar a una mayor descripción de la propaganda es conveniente destacar que la propaganda es una acción metódica, en este caso política, cuyo objetivo general es influir sobre el comportamiento moral y físico, provocando actitudes definidas con antelación. Su influencia apunta a la voluntad popular.

¿Qué características debe cumplir una propaganda para ser eficaz; es decir, para que influya en forma decisiva en la opinión pública y en la voluntad popular?

Como comportamiento, la propaganda presenta cierto número de características esenciales (siguiendo a Marcel Prelot):

1. La propaganda debe dirigirse a sentimientos profundamente experimentados.
2. La propaganda debe ser simple. Debe usar textos muy breves que identifiquen o resalten elementos conscientes de la voluntad popular.
3. La propaganda no debe perseguir más que un solo objetivo a la vez.
4. La propaganda debe ser personalizada. Debe centrarse en una persona; un ejemplo de ello, en el mundo democrático, ha sido la propaganda de apoyo a Kennedy.
5. La propaganda debe dramatizar (por ejemplo: la pobreza).
6. La propaganda debe ser atractiva.
7. La propaganda debe ser incansable. La publicidad, como se sabe, se basa en la repetición.
8. La propaganda debe impresionar.

Estas características, en la medida que se cumplan, forman una voluntad popular y, en consecuencia, a la vez una opinión pública.

Sin duda, nos queda mucho por decir. Sin embargo, baste este comentario a un tema que comprende un universo político cada vez más complejo, como lo es en el que se desenvuelve la acción y la información política.

Digamos, además, que la propaganda, la información, los partidos políticos son una parte más del sistema democrático.

La opinión pública es la receptora de la propaganda y la acción política. Su conducta será condicionada u orientada sólo sino existen elementos de educación cívica que permitan una evaluación consciente del contenido de los mensajes.

La democracia contemporánea se funda en el trabajo y tiene particularmente en cuenta al hombre real, con sus necesidades y requerimientos. Así, la democracia se "especializa", en el sentido de definir, desde una perspectiva analítica, una democracia política, social y económica, en que cada una es sujeto de exigencias y responsabilidades. Este hombre no pretende que le reconozcan lo que tiene, quiere que le den lo que no tiene. El énfasis no se encuentra ya, exclusivamente, en los derechos políticos ni individuales, sino que se agregan los derechos sociales. Es decir, en exigencias concretas. Este hombre defiende y pide el derecho a la cultura, el derecho al trabajo, el derecho a la seguridad; es decir, a lo que no tiene. Los derechos sociales se suman a los derechos individuales y políticos del mismo modo que la democracia económica y social viene a completar la democracia política. De este modo, la democracia contemporánea adquiere nuevas dimensiones.

En nuestro tiempo no puede seguir enseñándose, al menos en la teoría, que la democracia es simplemente el "gobierno del pueblo", porque no lo es. Hoy, como lo han señalado numerosos autores, desde Aristóteles hasta Karl Popper, toda síntesis conceptual de la democracia debe comprender, necesariamente, tres niveles: un nivel moral —la democracia como forma de vida, como sistema de representaciones y de creencias—; un nivel material —la democracia económica y social—, y un nivel técnico —la democracia como técnica de gobierno—. Con ello dejamos enunciado un tema recurrente en la Ciencia Política, como son las elites y la democracia.

De esta manera comprenderemos la necesidad de tomar conciencia de que la democracia contemporánea es un ideal a realizar, un todo coherente y armónico, que importa fundamentalmente a la voluntad popular con el apoyo tesonero de una opinión pública informada, que percibe objetivamente la propaganda, la publicidad y la acción política, en un contexto de búsqueda de estabilidad y bienestar.