

PROPAGANDA

El arte consiste en ocultar el arte.

Ovidio

El esfuerzo para diseminar información interesada y ganar adherentes a puntos de vista particulares, es tan antiguo como el hombre. Siempre ha existido el deseo de unos hombres de ejercer influencia sobre las creencias y opiniones de otros seres humanos.

La vida de los grandes líderes religiosos, políticos y militares son ejemplo vivo de esta realidad. Los hombres que han marcado la pauta del pensamiento humano, consideraron importante convencer al mayor número de personas posible sobre la probidad y la veracidad de sus ideas y creencias. Todos, en algún momento, intentamos persuadir a los demás sobre las supuestas bondades de nuestras opiniones. En este esfuerzo de persuasión se usan todos los mecanismos que concibe la mente y el ingenio humano: la prueba, el ejemplo, la metáfora, la insinuación, la parábola, la mentira, la repetición, la murmuración, la exageración, la distorsión. Se apela a la autoridad divina, a la argumentación, a la verificación, a los fantasmas, a los temores, a los prejuicios, a la superstición, a los odios, a los amores, a la ciencia, a la pseudo-ciencia, a la fe. Para difundir este esfuerzo de convencimiento se usa el diálogo directo, el púlpito, el balcón, el podio, la plaza pública, la asamblea, el aula, el libro, la prensa, la radio, la televisión.

Hago estas observaciones generales, que a algunos parecerán verdades de perogrullo, porque van a servir

para entender que no es fácil dar una definición apropiada de propaganda.

La apropiada definición de este término no es una tarea que posea exclusivamente importancia académica, ya que tiene serias repercusiones prácticas. Recordemos que a menudo aparecen intentos de regularla, prohibirla o censurarla, y por lo tanto es importante definir con la mayor precisión posible qué entendemos por propaganda.

Veamos algunas definiciones del término "propaganda":

- **"Propaganda es el esfuerzo más o menos sistemático para manipular las creencias, actitudes o acciones de la gente por medio de símbolos"** (Enciclopedia Británica-Macropaedia)

- **"¿Qué es propaganda si no el esfuerzo para alterar las ideas y creencias a los cuales los hombres responden a fin de sustituir un patrón social por otro?"** (W. Lippmann, Public Opinion)

- **"La diseminación de conclusiones a partir de fuentes ocultas y con objetivos ocultos"** (William Albig, Modern Public Opinion)

"Toda clase de símbolos que influyeran las opiniones, creencias o acciones sobre temas considerados como controversiales por la comunidad" (R.K. Merton-Social Theory and Social Structure)

He expresado que el esfuerzo de persuasión de los hombres para influir en las ideas, creencias y acciones de las otras personas, es algo consubstancial con la *conducta humana*. Según las definiciones anteriores propaganda es todo esfuerzo para manipular, alterar o influenciar de manera abierta u oculta las opiniones de la gente. ¿No resulta que abarcan tanto esas definiciones que en realidad no abarcan nada?

Para explicar las deficiencias de esas definiciones debemos ir un poco atrás en la historia y de manera muy general señalar su itinerario hasta el presente.

La propaganda como se conoce hoy es un fenómeno que adquirió por primera vez contornos precisos en las primeras décadas de este siglo. En los Estados Unidos la distinción entre los términos publicidad y propaganda se dió inmediatamente después de la Primera Guerra Mundial. Poco antes de la Guerra comenzaron a desarrollarse en ese país las técnicas y métodos de formas reconocidas de publicidad oculta. Estas herramientas no habían sido usadas de manera sistemática por los gobiernos. Durante la Primera Guerra Mundial se llevaron a cabo campañas de propaganda que tenían como propósito fortalecer el apoyo interno y externo hacia los planes bélicos de los diferentes Estados. Comenzó a verse que el propagandista no sólo distorsionaba, sino que fabricaba falsedades sobre los líderes enemigos, creando historias inventadas y diseminando rumores y atrocidades que nunca ocurrieron. Inevitablemente se comenzó a ver al propagandista como un cínico mentiroso. Después de la guerra, varios de los propagandistas de los países

aliados sintieron repulsión por su labor y expresaron mediante confesiones públicas culpabilidad por la naturaleza de su trabajo. En un famoso libro denominado **"Falsehood in Wartime"**, Sir Arthur Ponsoby, con no disimulada amargura, confesó que, cuando la guerra se declara, la primera baja es la verdad. **"La mentira - escribió- es una herramienta reconocida y extremadamente útil en la guerra, y todos los países la practican de manera deliberada para engañar a su propia gente y al enemigo"**. A raíz de estas confesiones se produjo un intenso debate sobre el papel de la propaganda en los países aliados, lo que produjo en el público una gran desilusión. Fue en esta época que la palabra propaganda adquirió un fuerte tono peyorativo. Llegó a conceptualizársele como la diseminación de ideas y creencias secretas, o de información o rumores clandestinos con el propósito de ayudar o dañar a una persona, partido, institución o causa.

Luego se implantó el marxismo-leninismo en la Unión Soviética y triunfó el nazismo en Alemania. Esos dos regímenes elevaron la maquinaria de propaganda al mayor grado de refinamiento que conoce la historia. Es precisamente debido a su abierta naturaleza totalitaria que esos sistemas políticos utilizaron y perfeccionaron la técnica propagandística.

En las sociedades totalitarias sólo hay una voz: la oficial. Esa voz nunca es cuestionada públicamente; no tiene que entrar en competencia con otras voces, no tiene que dar explicaciones ni respuestas. Por eso en las sociedades cerradas casi todo mensaje o símbolo que proviene del poder es catalogado como propaganda: el

discurso, la entrevista, el acto público, la valla, el afiche, las noticias. Cada una de esas instancias tiene la contundencia y la redondez de la propaganda: un control político total sobre su forma y su contenido.

La experiencia propagandística del marxismo y del nazismo produjo una gran distorsión del fenómeno de la propaganda que llega hasta nuestros días. A partir de esas experiencias, se atribuyó a la propaganda una extraordinaria capacidad de persuasión individual y colectiva que en realidad nunca tuvo. Veamos rápidamente las razones de este generalizado error.

Se repite constantemente que la diabólica maquinaria de propaganda del nazismo fue en gran parte responsable de la eficiencia con que sus dirigentes lograron influenciar el alma y la mente de millones de alemanes en favor de sus ideas bélicas, autoritarias y expansionistas.

Este no es lugar para profundizar sobre este interesante tema, pero considero que ésta es una apreciación errónea que, a fuerza de repetirse, ha terminado por aceptarse como una verdad incuestionable. En apretada síntesis expreso las razones por las que creo equivocado ese criterio.

a) La psicología social y el carácter del pueblo alemán poseen una fuerte proclividad hacia la obediencia (ver a Thomas Mann y a Fromm).

b) Muchas de las ideas del régimen nazi tenían bastante aceptación entre grupos importantes de la población

alemana, aún antes de su ascenso al poder.

c) En un régimen altamente autoritario la natural disposición hacia el disenso y la crítica disminuyen. La gente obedece, pero eso no necesariamente significa que estén de acuerdo con las órdenes.

El temor a la expansión soviética produjo en algunos centros de poder de Occidente una paranoia tal, que se atribuía al poder ideológico y propagandístico del mundo socialista, poderes y cualidades que nunca tuvo. Durante los momentos más álgidos de la guerra fría se hablaba constantemente del **"lavado de cerebro"** que podían sufrir los seres humanos que estuvieran expuestos a la propaganda enemiga. Esto trajo como consecuencia fuertes corrientes que favorecían la censura. Se otorgaba a la propaganda un poder extraordinario: se creía que era capaz de producir de manera masiva profundas metamorfosis en la conciencia, el comportamiento, las ideas y las creencias de los seres humanos.

El extraordinario laboratorio político, social, cultural y psicológico, que significó la caída estrepitosa del socialismo real ha dejado a la ciencia social importantes enseñanzas. Este hecho histórico abrió un inigualable laboratorio para analizar la influencia de la propaganda en las sociedades cerradas. Las poblaciones de la Unión Soviética y de los otros países de la Europa Oriental, se vieron expuestas, por más de medio siglo, al más ubicuo y pertinaz bombardeo de propaganda.

Cuando se abrieron las compuertas de la libertad de

palabra, y de la crítica, y los ciudadanos pudieron expresar sin temor alguno sus opiniones, se pudo constatar que la gran mayoría de la gente de esos países no había creído nunca en la ideología, ni en los mensajes, ni en la información que había intentado inculcarles el sistema político. Una vez caídos esos regímenes, fue evidente que casi ninguna de las ideas y creencias que estaban anidadas en el alma y en la mente de los habitantes de esas naciones, había sido sepultada bajo ese inmenso manto propagandístico: las creencias religiosas, étnicas, regionales, políticas y culturales, continuaban tan vivas como el día anterior al sistemático bombardeo de mensajes oficiales.

Muchas de las mentes más lúcidas de este siglo sobreestimaron la capacidad de la propaganda como arma letal para las conciencias individuales y colectivas (Russell, Popper, Fromm). Su equivocación es comprensible. Eran ya adultos cuando el mundo conoció por primera vez la masificación de los medios de comunicación. Estos medios constituían un fenómeno totalmente nuevo para el hombre y fueron a menudo utilizados básicamente con fines propagandísticos. Existía la creencia generalizada de que el poder de los medios de comunicación y de la propaganda era casi omnímodo. El tiempo y los hechos vinieron a demostrar que la capacidad persuasiva de la propaganda era muy baja.

Este ensayo no se caracteriza por ser una pieza apologética de la naturaleza humana; sin embargo, debemos admitir con satisfacción que en el caso de la propaganda el hombre ha mostrado grandes reservas

mentales y emocionales. La mente y la conciencia humana no son vasijas que se llenan o vacían fácilmente con lo que ven y oyen. La otra cara de la moneda de esta realidad antropológica, es la tozuda persistencia de las creencias humanas. Como hemos visto, una vez que los hombres creen en algo difícilmente cambian de opinión, aún cuando aparezcan pruebas contundentes que contradigan sus creencias.

Dejamos para el siguiente capítulo nuestra definición de propaganda.