

Publicidad, propaganda y manipulación.

Por: Antonio Lorca Siero. Rebelión. 28/07/2018

Cuando por alguna razón -entiéndase interés- los ejercientes del poder quieren vender un producto a la ciudadanía, en primer término, echan mano de la publicidad comercial y, tan pronto el asunto ha tomado asiento en el panorama del *espectáculo* colectivo, rematan la faena con ayuda de la propaganda. Es algo así como lo que se viene llamando el globo sonda, pero en un formato corregido y aumentado, ya que no solamente se trata de tantear el panorama social, sino que va más allá, al imponer una determinada visión de la existencia de manera excluyente. Por tanto, lo que se pretende con ayuda de semejante instrumental es, no solo pulsar la opinión pública, sino construir la mentalidad colectiva desde la fórmula de la *ilustración* oficial y de la *racionalidad* dogmática.

En este proceso no solamente intervienen los intereses políticos, sino que se mueven los comerciales y prioritariamente los particulares de algún grupo, atento a sacar tajada del asunto. A la sombra de tal instrumental para la manipulación de las masas trata de subsistir esa legión de *parados selectos* que lucha desesperadamente por un trabajo ocasional a cualquier coste, que además les permita superar la tendencia al anonimato para seguir *cotizando en bolsa*. La cuestión es que introduciendo el tema en *el circuito del espectáculo*, si tiene buena acogida entre los asistentes, la rentabilidad puede ser sustancial para los manipuladores. Aunque quien obtiene los mayores beneficios es el *poder*, puesto que hace ver a la ciudadanía quien es el que en definitiva manda. De ahí que día sí y al otro también, a falta de noticias, se creen noticias, para directa o indirectamente en último término *hacer política de tres al cuarto*.

Suele comenzar la operación cuando tales *personajes*, que se encuentran en situación de expectativa laboral de primera línea buscando la noticia que permita darles publicidad, reciben de algún delator anónimo, o sobradamente conocido, una información de traca. Si esto sucede, no dudan en *revolver la mierda*, aunque huelga y atufe a todos, al objeto de sacarla a escena y llamar la atención de las masas temporalmente. Por aquello del morbo, contra peor huelga, más seguidores captará y será la ocasión para dar bombo al asunto, por lo que sus *patrocinadores comerciales* la dispondrán como *mercancía para vender*, teniendo en cuenta que la audiencia condiciona la publicidad y ante todo la expectativa de un jugoso dividendo. Si el

asunto tiene *potencial político*, la mierda se destila en el laboratorio y se dispone en los correspondientes *envases legaliformes* para su comercio político en previsión de ganar votos. Después se juega con *el producto* como si fuera una pelota, batiéndolo entre la publicidad y la propaganda, hasta que acaba por perder valor y la cosa se enfría, ya no vende, bien porque se agota la noticia o los dedicados a la escatología encuentran otro producto que sirva para reactivar el mercado.

La temática de los asuntos noticiables suele ser variada y de rabiosa actualidad. Y aquí pueden entrar en juego, entre otros muchos temas -por citar algún ejemplo, para dar idea-, la caída de quienes fueron encumbrados ayer, los errores de la competencia política o los nuevos productos sociales dispuestos para ser lanzados al mercado.

Los *ídolos*, en cuanto representación de cualquier *divinidad*, se fabrican, pero cuando dejan de cobijar creencias y ya no sirven, simplemente se destruyen a martillazos. Básicamente porque algún ideólogo a sueldo del poder, simple icono de masas, saca a la luz la correspondiente mierda para que los comunicadores tengan material para justificar el salario. Hasta los más idiotas cobijados al amparo de las masas resultan ser listos ahora, pero no cuando creían en las bondades del ídolo caído, ignorando entonces que la mierda ya estaba cubriendo la imagen.

Se mire por donde se mire, los que gobiernan siempre son *los buenos de la película*, los perfectos, incluso los mejores, casi nunca cometen errores, porque esa apreciación sólo afecta a los otros. Los fallos ajenos se magnifican, y de ello se ocupa la publicidad, porque pueden servir para animar el mercado. Para quien tiene el monopolio de la racionalidad, todo puede convertirse en error y, seguidamente, la propaganda prepara el camino para *el decreto* o verdad última.

Hay un *laberinto de ideas* que pugnan por ser *ideologías*, para venderse como ilustración de quita y pon con efectos económicos, que aspiran a formar la voluntad colectiva, al objeto de que sea fiel a los principios del poder y, por ende, a los suyos cuando tomen el poder. A tal fin la publicidad convierte cualquier cosa en hecho empírico, porque así lo dice ella, dirigido a llevar la mentalidad del mayor número posible de individuos por ese camino. Cuando se lo creen salen a la calle para hacer bulto y agotada la fiesta ya están preparados para continuarla en otro lado. Con la primera entrará en acción la propaganda, para que los festivaleros de turno den su apoyo a las nuevas leyes para la ocasión que permitan estrechar el cerco del poder sobre las masas. Claro está que la propaganda se afanará en proclamar que

aquellas han conquistado nuevos derechos y libertades, mientras la publicidad lo difundirá a los cuatro vientos.

Resumiendo, en ocasiones, la noticia pasa a ser publicidad para quien vive de ella, propaganda para el gobernante y entretenimiento para el incauto, pero al fondo se encuentra al acecho la manipulación.

Aunque a través de la publicidad y la propaganda se la haya manipulado, la sociedad es probable que se sienta satisfecha, al menos esos individuos ociosos, que son una gran mayoría, ya que se les ha servido gratis un tema de entretenimiento. Con ayuda de ambas, más mal que bien, el espectáculo no se detiene, y se puede seguir gobernando sin ideas, ya que así, entre unas cosas y otras, las masas no incordian demasiado; si lo hacen no sería problema porque estarán bajo control. Como los efectos de la publicidad y de la propaganda se enfrían al perder actualidad, finalmente es posible que no queden ni los restos de la noticia prefabricada y profusamente difundida, porque la pestilencia que provocó en su día se la habrá llevado el viento.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ.](#)

Fotografía: Manuel Gross

Fecha de creación

2018/07/28