

La propaganda



La propaganda es una forma de comunicación que tiene como objetivo influir en la actitud de una comunidad respecto de alguna causa o posición, presentando solamente un lado o aspecto de un argumento. La propaganda es usualmente repetida y difundida en una amplia variedad de medios con el fin de obtener el resultado deseado en la actitud de la audiencia.

De modo opuesto al suministro de información libre e imparcial, la propaganda, en su sentido más básico, presenta información parcial o sesgada para influir una audiencia. Con frecuencia presenta hechos de manera selectiva y omite otros deliberadamente para sustentar una conclusión, o usa mensajes manipulados para producir una respuesta emocional, más bien que racional, respecto de la información presentada. El efecto deseado es un cambio en la actitud de una audiencia determinada acerca de asuntos políticos, religiosos o comerciales. La propaganda, por lo tanto, puede ser usada como un “arma de guerra” en la lucha ideológica o comercial.

Mientras que el término “propaganda” ha adquirido en algunos casos una connotación sumamente negativa debido a los ejemplos de su uso más

manipulador y chauvinista (p.e. la propaganda nazi para justificar el llamado "Holocausto" o la propaganda estadounidense para justificar la guerra contra Irak), el sentido original de la palabra era neutro y se refería a usos generalmente benignos o inofensivos, tales como las recomendaciones de salud pública o las mensajes que incentivan la participación política, entre muchos otros.

Cuando la propaganda tiene como fin el promover el consumo y las ventas de bienes o servicios, es llamada "publicidad". Debido a que este último campo de la actividad comunicativa es muy amplio y extendido, generalmente se prefiere darle al término "propaganda" un significado más restringido a los ámbitos ideológico, político o religioso. (...)

La meta de la propaganda es aumentar el apoyo (o el rechazo) a una cierta posición, antes que presentarla simplemente en sus pros y sus contras. El objetivo de la propaganda no es hablar de la verdad, sino convencer a la gente: pretende inclinar la opinión general, no informarla. Debido a esto, la información transmitida es a menudo presentada con una alta carga emocional, apelando comúnmente a la afectividad, en especial a sentimientos patrióticos, y apela a argumentos emocionales más que racionales.

En inglés, la palabra "propaganda" tiene connotaciones negativas. No es necesariamente así en otras lenguas, y el uso del término puede llevar a malentendidos con gente de otros idiomas. Por ejemplo, en Brasil y algunos países de habla hispana, España y zonas de Sudamérica, "propaganda" usualmente se emplea como sinónimo de publicidad comercial.

La propaganda, cuando es utilizada de forma no ética, es en realidad un modo de desinformación y censura y usa la metodología de la retórica para convencer a los destinatarios de la misma. En el sentido político del término se desarrolló fundamentalmente en el siglo XX con la Sociología moderna y la consolidación de la sociedad de masas. El ministro de propaganda de Adolf Hitler, Joseph Goebbels, sociólogo, lo primero que hizo para llegar al poder fue apoderarse de los medios de comunicación de masas para adoctrinar al pueblo con propaganda política. La famosa frase de "Una mentira repetida mil veces se transforma en una verdad" refleja ese modo de proceder.