

En tal parte de su libro, afirma que en México hay que entender la libertad como libertad de acción, más que como libertad de pensamiento, ¿pero quién si no es él podrá conceptuar ésa como verdadera, como auténtica libertad?

En este caso, en otros aspectos el autor cae a menudo en contradicciones que hacen desmerecer enfoques que podrían resultar brillantes. Así, nos asombra, al afirmar: por una parte que “el indio es religioso con sentido del pasado, el criollo (sic) es ritualista por sentir sólo el presente, los costeños y norteños son anticatólicos y con tendencias de afiliación a la francmasonería por causas diversas,” por otra parte llega a preguntarse “¿existe pues, unidad religiosa en México?”, y agrega “la respuesta se impone sin vacilación por la afirmativa”. Esta falta de compaginación lógica hace difícil de encontrar la solución final que propone el autor e impide hacer una valoración adecuada de un libro en el que parece haber hallazgos afortunados encubiertos con una exuberancia absurda de reiteraciones y de conceptos tambaleantes.

El autor podría lograr un gran libro si rescatara esos tesoros ocultos y los puliese mediante un sentido más estricto; él mismo debe tratar de salvarse de los riesgos de la improvisación que en su libro se encarga de señalar apropiadamente, como característica peculiar del mexicano.

DRIENCOURT, Jacques. *La propagande, nouvelle force politique*. Librairie Armand Colin. París, 1950, pp. 282.

Dentro de la colección de libros de ciencias políticas ofrecidas al público por la editora francesa de Armand Colín, contamos el presente volumen de uno de los más recientes ganadores del gran premio ofrecido anualmente por la Fundación Nacional de Ciencias Políticas al más destacado investigador de estas materias. En él, se nos brinda una visión artísticamente acabada de la propaganda que, no obstante ser tan antigua como el hombre mismo, hubo de esperar hasta nuestros días para ser aplicada en gran y creciente escala al campo político.

Según se encarga de puntualizar el autor de esta obra, quien quisiera caracterizar al siglo en que vivimos, podría hacerlo en relación con esa arma poderosísima que es la propagación consciente y metódica, hábil e interesada, de las ideas, ya que podría afirmar que “el siglo xx es el siglo de la propaganda”, elemento que se consagra como medio de dominación estatal a partir de la segunda guerra mundial.

Efectivamente, la propaganda es rasgo característico de este “gozne de la Historia” que diría Francisco Ayala, porque la publicidad —y la publicidad aplicada al campo político— es reflejo de un fenómeno más hondo, que el filósofo Ortega y Gasset se ha encargado de destacar como la “rebelión de las masas”, o sea, de ese intento creciente de la multitud-amorfa y no organizada por escalar el poder, o por tener una creciente participación en él.

El mismo Driencourt hace notar en las páginas de su libro cómo la propaganda, junto con la violencia, constituye uno de los dos fundamentos del estado autoritario, de tal modo que llega a convertirse en función normal, necesaria y estatal, para servir a la cual se dedican los esfuerzos especializados y tecnificados de departamentos incluidos en el Ministerio de Relaciones o en cualquier dependencia gubernativa de cada uno de los países de la tierra

La importancia dada a los medios publicitarios, que se atestigua por lo dicho anteriormente, se explica si se tiene en cuenta que “la guerra ha habituado a las 4/5 partes del mundo a las formas colectivas de vivir y de pensar; ha instaurado una era de masas, de tal modo que el político trata de apoyarse en la masa para poder desarrollar su labor.” La democracia ha dejado su lugar a una hiperdemocracia en la que la participación de la mayoría es menos y menos indirecta, pues pasa a ejercerse al través de la opinión pública que los políticos tratan de canalizar en su favor por medio de la propaganda convertida en técnica científica, instrumento del gobierno e institución estatal.

Pero, si la propaganda tiene un supuesto fundante en esa necesidad de dirigir e incluso modificar o crear la opinión pública, no es menos cierto que tiene otras bases fundadas en el desarrollo de su labor, las cuales son consideradas por el autor bajo el título de “datos psicopolíticos de la propaganda”, entre los cuales cuenta el espíritu gregario, simplista, necesitado de representaciones concretas, amante de lo maravilloso, y

extremadamente sugestionable de las multitudes; elementos que hay que tener en cuenta para valorizar esa misma opinión pública tan importante para la vida política

Sin embargo, y como acertadamente hace notar el autor, hay por lo menos dos planos de opinión: uno profundo y otro superficial: el profundo forma parte de la personalidad misma del individuo y, ante el propagandista, opone la prohibición tajante "noli me tangere", de tal modo que si ésta pasa por sobre ella corre el peligro de fracasar en sus propósitos; en cambio, no ocurre lo mismo con esas otras opiniones superficiales, no bien fundadas, que el individuo comparte con las demás y que pueden modificarse a voluntad y desde fuera sin herirlo

El autor señala que aún cuando puedan establecerse condiciones generales respecto de la aceptación de la propaganda por los grupos humanos, deben hacerse distinciones entre los diferentes pueblos, ya que no todos ellos son igualmente inficionables por la propaganda según lo han demostrado experiencias recientes; así, el pueblo ruso se rindió sin reparo ante la propaganda revolucionaria ya que no tenía una fuerte creencia común que oponer como reparo a las ideas nuevas que, por el contrario, venían a unificar lo anteriormente desunido; el pueblo alemán se entregó fácilmente en brazos de la propaganda goebeliana debido a que, con Hegel y otros pensadores suyos, se había habituado ya a vivir y pensar siempre en función del grupo y de las representaciones colectivas (cf. "el alma colectiva"), en tanto que, entre los italianos, la tarea del propagandista no fué ni será nunca fácil sino árdua, pues como pueblo latino que es el italiano, sus individuos afirman fuertemente sus personalidad y se rebelan en contra de las opiniones que no sienten nacidas en su cerebro mismo; en contra de las emociones que se le quieren imponer desde fuera porque ellas contrarían la afirmación de su fuerte personalidad, porque van en contra de su individualismo tradicional desbordante.

En el deslinde de otros campos relativos al mismo tema, tanto como en el de los ya señalados, el autor se muestra igualmente afortunado y capaz; marca cuál es el reino espacio-temporal, cual el origen y cuáles los pre-supuestos, cuáles la teoría y la técnica de la propaganda, y nos la muestra como instrumento de combate contra las dictaduras, etc., para plantearnos, finalmente, problemas valorativos de la misma en relación con la moral y el derecho.