

El orden y el caos. Democracia y relaciones públicas en el pensamiento de Edward L. Bernays

Federico Rey Lennon

1. Introducción

En los albores del tercer milenio, el mundo proclama orgulloso la consolidación de la "aldea global" y el fin de las ideologías. Es este un buen momento para reflexionar sobre el siglo que termina. Desde principios de siglo, la industria de las relaciones públicas ha crecido a una velocidad vertiginosa. "Lo que comenzó en Boston a mediados de 1900 como una nueva, malamente definida vocación", nos recuerda Scott Cutlip (1994, p. xi), "ha alcanzado el tamaño, el campo de acción, y el poder de una industria" y se ha extendido por todo el mundo. El presente estudio busca iluminar las claves del pensamiento de Edward L. Bernays, el "padre de las relaciones públicas", e indagar en los aspectos ideológicos que implica el concepto de relaciones públicas por él forjado.

En la actualidad, la expresión relaciones públicas se nos aparece como un término polisémico. Algunas personas utilizan hoy relaciones públicas como un eufemismo para servicio de prensa (publicity). En un reciente artículo exponíamos que:

"Cuando analizamos las técnicas y el tipo de acciones que desarrollan los profesionales de las relaciones públicas lo que prima es la variedad y no la uniformidad. Variedad que va desde el agente de prensa de espectáculos, al director de relaciones públicas, de una gran corporación, pasando por el organizador de aburridos y rutinarios eventos donde abundan las sonrisas de plástico y las chicas bonitas. El problema no es que la frase relaciones públicas carezca de significado; la dificultad está en que significa muchas cosas diferentes."(Rey Lennon, 1997)

Es conveniente, entonces, detenerse primeramente en el sentido que le otorga Bernays a las relaciones públicas. Bernays define a las relaciones públicas como la actividad triple que consiste en: (1) información dada al público, (2) persuasión dirigida al público para modificar sus actitudes y acciones, y (3) un esfuerzo por integrar las actitudes y acciones de una empresa o institución con sus públicos y de los públicos con la empresa o institución. Este concepto de relaciones públicas que introdujo Bernays significó el avance del modelo de "una vía de circulación unidireccional de información y persuasión del cliente hacia el público" (el modelo de Ivy L. Lee), a un modelo de "una vía de doble circulación", con el agregado del elemento de adaptación a los dos elementos anteriores -información y persuasión-. Así, el

núcleo de la labor del consultor en relaciones públicas es el ocuparse de la interacción entre el cliente y el público, utilizando los tres elementos precitados: ajuste o adaptación, información y persuasión.

En el pensamiento bernaysiano, entonces, el ideal pragmático de la profesión de relaciones públicas es hacer que el productor —ya sea éste un productor de manufacturas, servicios o de leyes— comprenda lo que el público quiere y que el público entienda los objetivos del productor. En otras palabras, el consultor en relaciones públicas es el puente de unión, de diálogo, entre el cliente y el público. Por tanto será propio de su actividad el promover y realizar eficientes relaciones —es decir, intercambio de información— de carácter político, social o comercial en favor de ideas, personas, instituciones, productos o servicios. En la concepción de Bernays es fundamental esta idea de mediación, de diálogo, entre el cliente y su público; pero sin olvidar la función persuasiva.

La labor de investigación teórica sobre las relaciones públicas es lo que más ha distanciado a su precursor, Edward L. Bernays, del resto de sus colegas y lo sitúa en un lugar de importancia dentro del campo de las ciencias de la comunicación social. Bernays se preocupó muy pronto por dejar sentadas las bases teóricas de la nueva profesión de consultor en relaciones públicas. Y esto por dos razones. En primer lugar, por la necesidad imperiosa de contar con el reconocimiento público para esta nueva actividad a fin de enaltecer una labor que traía sobre sus espaldas el enorme des prestigio de los "agentes de prensa" y de los "operadores de la información interesada". Evidentemente, esto también le proporcionaría a Bernays un mayor prestigio personal y un buen número de clientes. Asimismo, su gran sentido pragmático sumado a un genuino interés científico y un espíritu inquieto por el comportamiento del hombre en sociedad le empujaron a buscar con insistencia la aplicación de la teoría de las ciencias sociales a la práctica profesional.

Para lograr estos objetivos, Bernays indagó entre la escasa obra disponible sobre el campo de la ciencia de la opinión pública en las primeras décadas de este siglo; una búsqueda, por cierto, muy amplia que abarcó desde la obra psicoanalítica de su tío Sigmund Freud y los primeros textos específicos sobre psicosociología, pasando por las brillantes intuiciones de Walter Lippmann, hasta la crítica social de Henry Ibsen o la ficción premonitoria de H. G. Wells.

2. Las claves del pensamiento de Edward Bernays

Nos detendremos ahora a considerar brevemente dos elementos básicos que conforman la raíz del pensamiento bernaysiano. Estos elementos clave son: su ateísmo y su confesado freudianismo. En el cuarto apartado desarrollaremos con mayor profundidad un tercer elemento que es consecuencia directa de los otros: la creencia profunda de que un "gobierno invisible" debía ejercer el control social a través de la utilización inteligente de las relaciones públicas, para dirigir —en la

terminología bernaysiana—los "rebaños humanos" a los "corrales apropiados" (cfr. Olasky, 1985, p.17).

En primer lugar, la creencia en un "ser supremo" que guarda de alguna manera el destino de la humanidad o, en otras palabras, la convicción de que el ser humano es una criatura trascendente —creencia que muchas veces condicionó el hacer profesional de sus colegas— no fue una preocupación de Bernays. A pesar de haber nacido en el seno de una familia judía, Bernays no recibió una educación religiosa por parte de sus padres. Es más, la religión es un tema que escasamente aparece en su obra. Ante el problema religioso, la opción de Bernays, señala Olasky (1985, p.17), fue creer en sí mismo y en su habilidad para "manipular a la opinión pública" (el término "manipulación" es siempre utilizado en positivo por Bernays).

Es así como la obra de Bernays, imbuida de un ateísmo que podríamos denominar "práctico", plantea "un mundo sin Dios". De este hecho se derivan consecuencias importantes que impregnán su concepción de la opinión pública y de las relaciones públicas. Al no existir un principio ordenador del mundo, éste se encamina irremediablemente a un estado de caos social. Ante esta situación, Bernays (citado en Olasky, 1985, p. 17) sostiene que la manipulación por parte de los consultores en relaciones públicas está justificada por el fin de crear "dioses hechos por el hombre" que puedan asegurar el control social y prevenir el desastre, el caos en que tarde o temprano terminaría sumergiéndose la sociedad sin la ayuda de estos "manipuladores".

Es más, Bernays (Flynn, 1932, pp. 567-568) afirma que, de no existir las relaciones públicas como fuerza ordenadora de la sociedad, el mundo estaría controlado por las fuerzas fortuitas y caprichosas de la vida y del azar. En un mundo gobernado por el azar, la manipulación para prevenir el error, para mejorar la inversión de capital del empresario, para evitar los accidentes, es ciertamente beneficiosa. Con una convicción tal, Bernays pudo realizar sin pudores la apología del consultor en relaciones públicas, una defensa más fuerte de la manipulación de la opinión pública que la de aquellos profesionales que como Ivy Lee aún operaban bajo ciertas preocupaciones ético-religiosas.

La segunda cuestión fundamental en el pensamiento de Bernays es su relación vital y científica con Sigmund Freud y, en particular, con el freudianismo. Pero, más allá de su parentesco y de la utilidad promocional que de ello obtuvo, lo crucial para el desarrollo intelectual de Bernays fue su temprana identificación con la corriente de pensamiento que inauguró su tío. En la obra de Bernays se observa con claridad la aplicación a la práctica de las relaciones públicas de conceptos tomados de las corrientes del freudianismo en boga en las primeras décadas del siglo XX. Muchos de estos conceptos, sin embargo, se alejan en parte del pensamiento original de Freud. Estas ideas "freudianas" marcaron su noción de opinión pública, su noción de "masa" y, en definitiva, su concepción antropológica.

Estas dos cuestiones derivan necesariamente en una tercera cuestión presente en el pensamiento de Bernays: su creencia en un gobierno oculto "detrás del escenario". En la concepción bernaysiana estos sujetos invisibles no debían, ni podían, escapar a su responsabilidad social de dirigir a las masas, de construir el orden social en un mundo siempre al borde del caos. Y esto sólo lo lograrían a través de la utilización inteligente de las relaciones públicas. Estos "titiriteros" detrás del escenario son los únicos individuos ubicados entre el orden y el caos social.

3. La búsqueda del orden y la armonía social

La justificación que hace Bernays de las relaciones públicas está íntimamente ligada con su peculiar concepción de la sociedad democrática; una democracia que necesita de la propaganda para poder subsistir. En el presente apartado haremos especial hincapié en esta relación entre la concepción de las relaciones públicas según la definiera Bernays y la democracia.

Comenta Bernays que el "trío" de la revolución industrial: la máquina de vapor, la prensa múltiple y la escuela pública, quitaron el poder de las manos de los reyes y se lo dieron al pueblo. En realidad, el pueblo ganó el poder que perdieron los reyes. Tanto las tendencias del poder económico como del poder político muestran cómo, durante la revolución industrial, ese poder pasó de los reyes y la aristocracia hacia los burgueses. El sufragio universal y la escuela pública reforzaron esta tendencia, y al final aun la burguesía compartía el miedo a la "gente común". La promesa para las "masas" era convertirse en reyes. Sin embargo, señala Bernays (1928, p. 19), ante este hecho la minoría descubrió una poderosa ayuda para influenciar a las mayorías. Ha visto que es posible, a través del moldeamiento de la mente de los públicos, conducir el recién obtenido poder en la dirección deseada. "En la actual estructura de la sociedad", afirma Bernays, "esta práctica es inevitable."

Esta nueva propaganda, observa Bernays (1928, pp. 30-31), tomando en consideración la constitución de la sociedad como un todo, no infrecuentemente sirve para hacer converger y hacer realidad los deseos de las mayorías. Un deseo de una reforma específica, por ejemplo, aunque muy difundido, no puede ser traducido a la acción hasta que es articulado, y hasta que se haya ejercido suficiente presión sobre los cuerpos legislativos apropiados. Pero, evidentemente, son las "minorías inteligentes", afirma Bernays, las que necesitan hacer un uso continuo y sistemático de la propaganda.

3.1. Libertad de expresión y libre mercado

Para Bernays cada uno es un propagandista de alguna idea o de algún programa, y es la libertad de la que goza para emplear los métodos de propaganda lo que contribuye a crear la seguridad y la estabilidad en una sociedad democrática. Precisamente, afirma Bernays (1935, p.85), son la falta de control monopólico de los métodos de relaciones públicas y de los medios de difusión, y la libertad de

expresión, los que permiten que cualquier persona o grupo se oponga a las ideas diseminadas por otros, las que constituyen la garantía de la democracia en los Estados Unidos.

Por consiguiente Bernays (1935, p. 85) señala que:

"La gran salvaguarda de los métodos de propaganda en este país es que aquí la libertad de contrapropaganda es siempre asequible. En esto nos diferenciamos de los regímenes fascistas y comunistas. La libertad de contrapropaganda debe ir tomada de la mano con la libertad de expresión, de prensa y del derecho a reunión pacífica —fundamentos de la democracia—."

Es evidente que en la sociedad, señala Bernays (1928, p.31), existen pequeños grupos de personas que pueden, y de hecho lo hacen, hacer pensar al resto de la población lo que desean sobre un tema dado. Pero, normalmente, existen en el seno de la sociedad defensores y oponentes de toda acción de relaciones públicas, y ambos están igualmente ávidos por convencer a la mayoría. Este equilibrio dialéctico entre la propaganda y su correspondiente contrapropaganda, esta especie de "libre mercado" de las opiniones, es lo que garantiza la libertad de elección de los ciudadanos y, por consiguiente, el funcionamiento de una sociedad democrática.

Así, por ejemplo, dirá que:

"La competencia de las ideas en el mercado estadounidense es un proceso democrático esencial, por el cual el público puede realizar su propia elección. Aún cuando las ideas entren en conflicto y sean confusas, el debate público clarifica los asuntos y contribuye a crear, en el largo plazo, una opción más acertada" (Bernays, 1965, p. 384).

3.2. El orden social

La necesidad de poner "orden en el caos" es decisiva para que la sociedad democrática pueda mantener su fortaleza. Un caos social que es fruto del pluralismo, del exceso de opiniones, de una sociedad que para Bernays está conducida por las leyes de la vida y el azar. La unidad, la cohesión social, la compenetración con una serie de ideas básicas, la disciplina, en definitiva el orden social permiten la coordinación de la sociedad y que los individuos que la componen puedan alcanzar un cúmulo de objetivos comunes. Este orden social es el que hace eficaz al sistema político. Permite el "buen gobierno" de la sociedad democrática.

En una sociedad en la cual los individuos se dirigen más por la emoción que por la razón, Bernays (Olasky, 1985, p. 19) desarrolla un peculiar concepto de responsabilidad social: "los individuos poderosos no deben atenerse a las demandas corrientes de la ética que deberían aplicárseles como individuos, sino que deben subordinar su comportamiento individual y su conciencia a los deseos de los intereses corporativos y sociales de sus pares."

4. El "gobierno invisible"

4.1. ¿Quiénes forman el "gobierno invisible"?

Al comienzo de Propaganda, Bernays (1928, p.9) delinea su concepto de "gobierno invisible". Dice:

"La manipulación consciente e inteligente de los hábitos organizados y las opiniones de las masas es un importante elemento en la sociedad democrática. Aquellos que manipulan este mecanismo oculto de la sociedad constituyen un gobierno invisible que es el verdadero poder dominante de nuestro país. Estamos gobernados, nuestras mentes son moldeadas, nuestros gustos creados, nuestras ideas sugeridas, en gran medida por hombres de los que nunca hemos escuchado hablar. Este es el resultado lógico de la forma en la cual está organizada nuestra sociedad democrática. Vastos números de seres humanos deben cooperar de esta manera, si se supone que vivirán juntos como una sociedad de funcionamiento armónico."

Es que, para él, en las minorías activas en el proselitismo, en las que el interés privado y el interés público coinciden, reside el progreso y el desarrollo de los Estados Unidos. "Sólo a través de la energía activa de la minoría inteligente el público puede libremente tomar conciencia y actuar según las nuevas ideas" (Bernays, 1928, p. 31).

¿Quiénes son estos "moldeadores de la opinión pública"? se pregunta. Podríamos hacer una lista de varios cientos de personas, líderes en diversas actividades de la sociedad, gobernantes, políticos, artistas, obispos, clérigos, rectores de universidades, los financieros más poderosos, deportistas famosos, etc. Pero, es bien sabido, observa Bernays (1928, p. 32-34), que muchos de estos líderes son a su vez dirigidos, a veces por personas cuyos nombres son conocidos por unos pocos. Estas personas representan en la mente del público el tipo de dirigente asociado con la frase: "gobierno invisible".

Existen dirigentes invisibles, afirma, que controlan los destinos de millones de personas. Generalmente no se toma en cuenta en qué medida las palabras y las acciones de la gente pública más influyente en una sociedad están dictadas por personas sagaces que operan "detrás del escenario". Tampoco se cae en la cuenta, afirma Bernays (1928, p. 35), de lo que es aun más importante: la medida en la cual nuestros pensamientos y hábitos son modificados por aquellos a los que hacemos depositarios de autoridad.

Estos gobernantes invisibles nos dirigen por medio de sus cualidades naturales de liderazgo, de sus habilidades para suministrar ideas necesarias, y a través de su posición clave en la estructura social. Y esta "dirección" de nuestras vidas es total. Bernays (1928, pp. 9-10) afirma que "en casi todo acto de nuestra vida diaria (...) estamos dominados por el relativamente pequeño número de personas (...) que entienden los procesos mentales y las pautas sociales de las masas". Ahora bien, rara vez tomamos conciencia de lo "necesario" que es este gobierno invisible para

mantener el funcionamiento ordenado de nuestra vida en sociedad.

Pues bien, uno podría plantearse, señala Bernays (1928, p. 12), que en lugar de la propaganda y las apelaciones o argumentaciones específicas, un comité de hombres sabios y prudentes eligiera nuestras reglas, dictaminara nuestras conductas, privadas y públicas, y decidiera sobre el mejor tipo de ropa para vestir, y sobre las mejores clases de comidas para que cada uno de nosotros se alimentara adecuadamente. Pero no hemos elegido la aristocracia como forma de gobierno sino que, en cambio, afirma Bernays, hemos elegido el método opuesto: la competencia abierta. Por esta razón, debemos encontrar la forma para hacer que la libre competencia funcione con "razonable ductilidad". Para lograr esto, la sociedad en su conjunto "ha dado su consentimiento para que la libre competencia se organice a través del liderazgo y la propaganda."

Los "dirigentes invisibles" a través de los medios de difusión cumplen una función social fundamental son quienes aseguran el "consenso" en la compleja sociedad contemporánea; una sociedad en la que ya no existe ningún punto arquimediano, que se caracteriza por un vínculo social discontinuo; una sociedad, en definitiva, donde el espacio público se ha fragmentado en diversos espacios particulares, en sistemas de valor e intereses varios. En su concepción del gobierno invisible, Bernays le otorga al "comunicador" (consultor en relaciones públicas) un papel social principal: el de "formador". Ya no se trata sólo de informar sino de moldear a la opinión pública, de guiarla hacia el "redil" correspondiente.

Bernays (1928, p. 12) observa que algunos fenómenos de este proceso son fuertemente criticados: la manipulación de las noticias, el aumento artificial de la personalidad, y el clima general de propaganda sensacionalista en el cual políticos, productos y servicios e ideas sociales son expuestos a la conciencia de los públicos. Ante estas críticas, Bernays señala que si bien los instrumentos a través de los cuales la opinión pública es organizada y alcanzada pueden ser mal utilizados, "una organización y un enfoque (focusing) semejantes son necesarios para una vida ordenada."

4.2. La élite y la masa

Sería un error suponer que el pensamiento bernaysiano es un reflexión aislada, una opinión trasnochada del padre de las relaciones públicas. A partir de la Primera Guerra Mundial, un grupo de intelectuales liberales en los Estados Unidos, entre ellos John Dewey, Walter Lippmann, el propio Bernays, Harwood L. Childs, Harold Lasswell, y otros, se presentaron a sí mismos como una nueva clase, una "minoría ilustrada" dedicada por primera vez a aplicar la ingeniería social a la conformación de la política nacional.

Estos intelectuales desarrollan la teoría de que la minoría activa dotada de talento y conocedora de las técnicas de la propaganda, toma la dirección de la sociedad, y

la mayoría desorganizada e incapacitada para comprender las nuevas ideas sigue y obedece los dictados del gobierno invisible. La minoría activa procura expresar la voluntad del pueblo. Su ideología natural, en palabras de Chomsky (1984, pp. 84-85), es una cierta versión del socialismo de estado. El mismo Chomsky (1984, p. 87) sugiere que, al menos en este aspecto, se puede señalar cierta convergencia entre las llamadas sociedad socialista y la sociedad capitalista. La concepción bernaysiana del "gobierno invisible" o minoría inteligente se asemeja al concepto de élite o "vanguardia del proletariado" presente en la obra de Lenin.

"Es en la creación de una conciencia pública", comenta Bernays (1923, p. 128), donde "el consultor en relaciones públicas está destinado a llevar a cabo su más alta colaboración a la sociedad en la que vive." Son, pues, los miembros de la minoría ilustrada quienes juzgarán en la práctica qué es "socialmente positivo". Como ya señalamos, en la concepción bernaysiana el progreso y el desarrollo de la democracia en los Estados Unidos radican, entonces, en la realización de un proselitismo activo en el que se hagan coincidir los intereses privados con los públicos .

5. Conclusiones

1º. *La paradoja de la democracia*

Lippmann (1925, pp. 189-190) comenta que la paradoja de la democracia es que plantea el pluralismo pero, para subsistir, para fortalecerse, necesita de un control centralizado, de un amplio consenso sobre las ideas claves. Esta paradoja de la democracia está muy presente en el pensamiento de Bernays.

Pero Bernays no se detiene aquí, sostiene una y otra vez que estos dirigentes tras del escenario son necesarios para el ordenamiento de la sociedad. Este sistema de gobierno "en la sombra" es para Bernays la única posibilidad para una sociedad que busca evitar un autoritarismo injusto. En el pensamiento de Bernays no hay salida, no existe otra alternativa.

Los consultores en relaciones públicas —líderes del gobierno invisible— son así erigidos en los salvadores de la civilización frente al caos. Así, el consultor en relaciones públicas se presenta como "una valiosa nueva profesión para un valioso nuevo mundo" (Olasky, 1985, p. 20). Mientras que Ivy Lee fue un pionero a caballo entre dos siglos —el XIX y el XX—, Bernays fue completamente moderno. Ayudó a establecer al poderoso como señor de la sociedad, porque estaba convencido de que se necesitaba gente fuerte para sostener al mundo (Olasky, 1985, p. 20). Y esto, a pesar de que era consciente de los peligros inherentes a las técnicas de la propaganda. Por ello, Bernays (1947) señala que la ingeniería del consentimiento, que afecta prácticamente a todos los aspectos de nuestra vida diaria, cuando se utiliza para propósitos sociales, está entre las más valiosas contribuciones al funcionamiento eficiente de la sociedad moderna. "Las técnicas pueden ser corrompidas; los demagogos pueden utilizar las técnicas para propósitos

antidemocráticos con el mismo éxito que aquéllos que las empleen para finalidades socialmente deseables". Es por ello que Bernays advierte que el líder responsable deberá tener constantemente conciencia de las posibilidades de corrupción. Deberá, asimismo, aplicar todas sus energías en el dominio de las técnicas de la ingeniería del consentimiento y, en nombre del interés público, superar en estrategia a sus oponentes.

Es importante destacar que Bernays no sólo dejó de lado los complejos y frenos éticos que recaían sobre las relaciones públicas, sino que los sustituyó por un mandato positivo: hay que manipular a la opinión pública para poner "orden en el caos". Es más, el consultor en relaciones públicas está obligado a ello.

Finalmente, adherimos a la aguda crítica de Marvin Olasky (1985, pp. 19-20), quien señala que se considera una sociedad democrática aquélla en la cual "el pueblo" gobierna y, se considera una sociedad autoritaria aquélla en la cual un pequeño grupo de gente gobierna; bien, Bernays intentó "cuadrar el círculo" argumentando que, en efecto, "debemos matar la democracia para salvarla".

2º. La "ortopraxis"

El concepto de "orden social" presente en el pensamiento bernaysiano se puede asociar con la idea de la "ortopraxis", es decir la búsqueda de la conformidad en el comportamiento (praxis) y no en las ideas (doxis). Basados en nuestra investigación, sostenemos que el pensamiento de Bernays propone como paradigma del orden social el funcionalismo: no importa lo que la gente piense mientras se comporte "como debe", dentro de unos parámetros "socialmente aceptables".

3º. El freudianismo en Bernays

Señalamos al comienzo de este artículo la fuerte vinculación entre el pensamiento de Bernays y el freudianismo. Pero la interpretación que hace Bernays de la teoría psicoanalítica no se ajusta de manera ortodoxa a la obra de Freud. Bernays más bien aplicó a la práctica de las relaciones públicas conceptos de las corrientes del freudianismo en boga en el ambiente académico de los Estados Unidos, que el pensamiento puro de Freud. La reinterpretación que hace Bernays de la obra de su tío se aleja, muchas veces, de los planteamientos psicoanalíticos ortodoxos.

Para Bernays los elementos básicos de la naturaleza humana están determinados por los deseos, los instintos y las tendencias innatas. Bernays toma el camino opuesto al de la psicología conductista y opta por las teorías del instinto que han puesto el acento sobre la herencia en su explicación de la conducta humana (empobreciendo, a nuestro entender, los planteamientos antropológicos de buena parte del siglo XX).

Asimismo, en el pensamiento bernaysiano es clara la influencia del concepto freudiano del "inconsciente", en el sentido de que existen en el aparato psíquico del hombre unos contenidos reprimidos, a los que les ha sido negado el acceso al sistema

preconsciente-consciente por acción de la represión. Justamente la principal contribución del consultor en relaciones públicas al público y a su cliente es su habilidad para comprender y analizar el inconsciente del público. Estas y otras ideas, que podríamos caracterizar de "freudianas", marcaron su noción de opinión pública, su noción de "masa" y su concepción antropológica.

Hoy se admite que el pensamiento de Freud no ha constituido una liberalización de la humanidad, sino más bien su humillación. El hombre no se siente ya dueño de sus actos. Según Freud, nuestros actos responderían siempre a una motivación inconsciente, de tal manera que no quedaría espacio para la libertad: el hombre de la interpretación freudiana no es más que un autómata instintivo al servicio de la pulsión sexual, más o menos latente. Sin embargo, poco o nada dice Bernays con respecto de la pulsión sexual. En su pensamiento le otorga un peso mucho mayor a otros instintos, como el gregario, que Bernays considera como uno de los instintos fundamentales en que se asienta la opinión pública.

Por otra parte, en el fondo la antropología materialista de Freud esconde una negación de la libertad del hombre, porque la libertad personal que confiere dominio de los propios actos se pierde en un océano de instintos y tendencias innatas. Lo mismo podríamos afirmar del pensamiento de Bernays.

Ahora bien, sería un error suponer que Bernays centra toda su concepción de la opinión pública en estas características hereditarias o innatas, y deja de lado las relaciones interpersonales y grupales. La fuerza que le otorga al instinto gregario en el hombre es un indicio claro de que esto no es así. La importancia de la formación de grupos en la sociedad y, consecuentemente, del liderazgo es una de las claves del pensamiento de Bernays y una de sus mayores aportaciones a las Ciencias de la Comunicación.

3º El ateísmo "práctico" de Bernays

En las líneas precedentes intentamos poner de manifiesto cómo el ateísmo "práctico" de Bernays es un elemento muy importante para comprender su noción de caos en la "sociedad de masas" y su necesidad de buscar un "ordenador del mundo". Dijimos que la creencia en un "ser supremo" que guarda de alguna manera el destino de la humanidad -creencia que muchas veces condicionó el hacer profesional de sus colegas - no fue la opción seguida por Bernays. Él creyó, más bien, en sí mismo y en su habilidad para manipular a la opinión pública. De este hecho se deriva, en buena medida, la preocupación constante en la obra de Bernays de encontrar un cierto principio de orden en el mundo (que él no puede explicar a través de la inteligencia divina). La comprobación cotidiana que Bernays tiene de una sociedad polifacética y caótica regida por las leyes del azar provoca en su aguda mente una fuerte angustia que Bernays intentó subsanar a través de la aplicación de la ingeniería del consentimiento que puede entenderse como un

principio de ordenamiento de la sociedad humana.

A Bernays le cabrían aquellas palabras que Boecio pone en boca de la Filosofía: "Aun cuando vosotros no alcancéis a entender este orden universal y os parezca ver en todo la confusión y el desorden, sin embargo, todos los seres ocupan su lugar propio y para todos hay una norma que los dirige al bien". (De Consolatione, L. IV, pr. VI, 21).

BIBLIOGRAFÍA

- BERNAYS, Edward L. (1923). *Crystallizing Public Opinion*, Nueva York: Boni & Liveright.
- BERNAYS, Edward L. (1928). *Propaganda*, Nueva York: Liveright.
- BERNAYS, Edward L. (1935). "Moulding Public Opinion", *The annals of the American Academy of Political and Social Science*, nº 179, pp. 82-87.
- BERNAYS, Edward L. (1947). "The Engineering of Consent", *The annals of the American Academy of Political and Social Science*, nº 250, pp. 113-120.
- BERNAYS, Edward L. (1965). *Biography of an Idea: Memoirs of Public Relations Counsel Edward L. Bernays*, Nueva York: Simon & Shuster.
- BOECIO. *De Consolatione Philosophiae*.
- BOORSTIN, Daniel J. (1962). *The Image or What Happened to the American Dream*, Nueva York: Atheneum.
- CUTLIP, Scott M. (1994). *The Unseen Power-Public Relations. A History*, Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- CHILDS, Harwood L. (1935). "The Science of Propaganda", en *America Faces a Changing World*, Nueva York: New York Tribune, pp. 217-222.
- CHOMSKY, Noam. (1984). *La segunda guerra fría. Crítica de la política exterior norteamericana, sus mitos y su propaganda*, Barcelona: Ed. Crítica.
- CHRISTIANS, Clifford G. y Michael R. REAL. (1979). "Jacques Ellul's Contributions to Critical Media Theory", *Journal of Communications*, vol. 29, nº 1, pp. 83-93.
- FLYNN, John T. (1932). "Edward L. Bernays: The Science of Ballyhoo", *The Atlantic Monthly*, v. 149, nº 5, pp. 562-571.
- FREUD, Sigmund. (1981). Psicología de las masas y análisis del yo, en *Obras Completas*, 4^a ed., Madrid: Biblioteca Nueva.
- HABERMAS, Jürgen. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona: G. Gili.
- LASSWELL, Harold D. (1941). *Democracy Trough Public Opinion*, s.l., George Banta.
- LASSWELL, Harold D. (1971). *Propaganda Technique in World War I*, Cam-

- bridge: The M.I.T. Press.
- LE BON, Gustave. (1968). *Psicología de las multitudes*, Buenos Aires: Albatros.
 - LIPPmann, Walter. (1925). *The Phantom Public*, Nueva York: Harcourt, Brace and Co.
 - McBRIDE, Genevieve. (1989). "Ethical Thought in Public relations History: Seeking a Relevant Perspectiva", *Journal of Mass Media Ethics*, v.4, nº1, pp. 5-20.
 - OLASKY, Marvin N. (1985). "Bringing 'Order Out of Chaos': Edward Bernays and the salvation of society through public relations", *Journalim History*, v.12, nº 4, pp. 17-21.
 - ORTEGA Y GASSET, José. (1985). *La rebelión de las masas*, Barcelona: Planeta - De Agostini.
 - PORTO SIMÓES, Roberto. (1993). *Relaciones Públicas: Función Política. En la empresa y en la institución pública*, 3^a ed., Barcelona: C. S. de Comunicación y Relaciones públicas de España.
 - REY LENNON, Federico. (1996). *Luces y sombras de las relaciones públicas. Opinión pública, propaganda y relaciones públicas en la obra de Edward L. Bernays*, tesis doctoral, Pamplona, Universidad de Navarra (en prensa).
 - REY LENNON, Federico. (1997). "Volver a las Fuentes", *Mediomundo*, año 1, nº 1, Mayo de 1997, pp. 22-23.

NOTAS

- 1) La importancia de la obra de Bernays en las ciencias de la comunicación social es señalada por autores de la talla de Daniel Boorstin (1962, p. 268) y Harold Lasswell (1971, p. 2).
- 2) Es interesante observar que Freud había publicado en 1921 su ensayo sobre la "Psicología de las masas" (*Massenpsychologie und Ich-Analyse*). En esta obra, Freud aplica la teoría psicoanalítica al comportamiento del hombre en la sociedad. En su análisis de la psicología del grupo, Freud tomó como punto de partida el estudio de Gustave Le Bon sobre la conducta de multitudes. Asimismo, Freud cita en este ensayo a Wilfred Trotter y a William McDougall, todos ellos fuentes en las que se nutre su sobrino en *Crystallizing*.
- 3) Debemos incluir en esta relación a tres hombres provenientes del campo de las ciencias sociales cuyas huellas son claramente visibles en las páginas de *Crystallizing* y *Propaganda*: William McDougall (1871-1938), psicólogo y uno de los pioneros de la psicosociología, y los sociólogos Everett Dean Martin (1880-1941) y Wilfred Trotter (1872-1939); así como la obra *La Psychologie des foules* (1895) de Gustave Le Bon. Por último, cabría señalar la influencia de

la labor profesional de su predecesor en el campo de las relaciones públicas Ivy L. Lee tuvo en Bernays.

- 4) Para ampliar este aspecto véase Rey Lennon (1996, 19-28).
- 5) Véase en este sentido Olasky (1985, p. 18) y G. McBride (1989, pp. 5-20).
- 6) Bernays era sobrino de Sigmund Freud. En nuestra investigación doctoral, op. cit., analizamos en detalle la relación familiar y la profesional que se estableció entre Bernays y su tío.
- 7) Véase al respecto, rey Lennon (1996, pp. 325-357)
- 8) En la concepción bernaysiana la *propaganda* es el elemento por excelencia de la “ingeniería social”; lo que Bernays denominó la “ingeniería del consentimiento” (*engineering of consent*). En sus primeras obras, *Crystallizing Public Opinion* y *Propaganda*, y en gran parte de los artículos escritos hasta los años cincuenta, Bernays utilizó indistintamente los términos “propaganda” o “buena propaganda” y “relaciones públicas”. En sus obras posteriores es evidente que el recrudecimiento de la presión de un entorno cada vez más crítico con respecto a los usos y abusos de la propaganda -como consecuencia de las actividades de propaganda de ambas Guerras Mundiales- empujó a Bernays a abandonar progresivamente el uso de la palabra propaganda en favor de relaciones públicas, un término más neutral, si bien el concepto de fondo nunca lo modificó. En este investigación, fieles a la concepción originaria de Bernays, hemos preferido mantener ambos términos tal y como aparecen en *Crystallizing* y *Propaganda*, ya que es en estas dos primeras obras donde Bernays desarrolla en extenso sus ideas más originales.
- 9) El paradigma de las “minorías inteligentes” o ilustradas que guían a la masa como única salida a la crisis de la democracia contemporánea está presente en numerosos autores europeos de los años veinte. La obra de Ortega y Gasset es un claro ejemplo de ello (vid. Ortega y Gasset, 1985, pp. 49-50).
- 10) Véase Chomsky (1984, p. 83) y en el mismo sentido, Lippmann (1925); Childs (1935); y Lasswell (1941).
- 11) Las semejanzas entre el concepto de “gobierno invisible” de Bernays y la “vanguardia del proletariado” en Lenin la hemos desarrollado en profundidad en nuestra tesis doctoral.
- 12) Un planteo similar se encuantra en Harold Lasswell (1941, pp.77).
- 13) Justamente en la noción de “buena voluntad” (*good will*) sobre la cual J. Habermas (1981, pp 221-222) centra su crítica a las relaciones públicas. Véase en el mismo sentido Roberto Porto Simões (1993).
- 14) Interesa aquí remarcar el concepto de orden social presente en el pensamiento bernaysiano y su similitud con la idea de la “*ortopraxis*” desarrollada por Jacques Ellul (Christians y Real, 1979, p. 87). Ellul señala que los actuales sistemas de propaganda adhieren a una *ortopraxis* buscando la conformidad en el

comportamiento (*praxis*) y no en las ideas (*doxis*).

- 15) En la utilización que hace Bernays del concepto del instinto (instinct) tenemos una primera desviación del freudianismo ortodoxo. Cuando Bernays habla del instinto, lo hace en el sentido clásico del término, como un esquema de comportamiento heredado, propio de una especie animal, que varía poco de uno a otro individuo. El instinto se desarrolla según una secuencia temporal poco susceptible de perturbación y que parece responder a una finalidad. No es ésta una perspectiva similar a la del concepto acuñado por Freud como "pulsión" (*Trieb*). La concepción freudiana de la *Trieb* como una fuerza que empuja, relativamente indeterminada, en cuanto al comportamiento que origina y al objeto que proporciona la satisfacción, difiere notablemente de las teorías del instinto. El término "instinto" tiene implicancias claramente definidas, que están muy alejadas del concepto freudiano de pulsión. Para describir los demás instintos básicos del hombre, Bernays recurrió a William McDougall: el psicólogo más típico dentro del grupo de quienes consideraban la acción humana fundamentalmente como el producto de insectos inscritos en el organismo biológico.