

La estética del poder: El protocolo como disciplina esencial para el análisis y la gestión de la comunicación política

JULIO CÉSAR PÉREZ HERRERO

El desarrollo que en los últimos veinte años ha experimentado la comunicación política se ha visto condicionado en buena medida por la presencia totalizadora de los medios de comunicación en la sociedad. Instituciones públicas y privadas, Organizaciones no gubernamentales (ONG), asociaciones y partidos políticos diseñan estrategias de comunicación para alcanzar sus objetivos con la mayor eficacia rentabilizando al máximo sus intereses. La especificidad de cada proceso con arreglo al tipo de institución en el que se lleva a cabo ha alcanzado un nivel de especialización tal que, lo que hace algún tiempo se denominaba genéricamente "Comunicación Política", hoy nos permite concretar aún más; surge así la Comunicación Institucional y la Comunicación Empresarial.

Pero ¿hasta qué punto condicionan los medios de comunicación las estrategias que preparan las instituciones? Es innegable que en esta sociedad de fin de siglo los medios de comunicación lo llenan todo. La proliferación de medios impresos y, sobre todo, audiovisuales, ha sido quizá la causante de la relajación de la función de informar que predominaba en esos medios. El director de Le Monde Diplomatique, Ignacio Ramonet, asegura que "...ha cambiado la idea de informar, que ya no es responder a las 5 W's debido a la influencia de la televisión. Informar es hacernos asistir en directo al acontecimiento"⁽¹⁾. Se ha

impuesto una "retórica de la transmisión". En el panorama informativo, en el que predomina la imagen de manera indiscutible, lo importante es aparecer, condición indispensable para ser, desde la perspectiva audiovisual. Este cambio revolucionario en la manera de entender la información por parte de la audiencia más general y, concretamente su tratamiento, -desde el punto de vista de los profesionales-, es utilizado por las instituciones en los departamentos de comunicación, relaciones públicas, institucionales o cualquiera de las múltiples denominaciones que recibe esta sección.

Aunque, a menudo, no se repara en la trascendencia de este cambio y se sigue ignorando que "el objetivo prioritario para el ciudadano, su satisfacción, ya no es comprender el alcance de un acontecimiento, sino simplemente verlo (...). De este modo se establece, poco a poco, la engañosa ilusión de que ver es comprender"⁽²⁾. Esta idea generalizada sobre la información televisiva, -fácilmente comprobable-, es un arma de gran valor en manos de los expertos en comunicación política. Estos "promotores" son quienes "originan e impulsan (...) acontecimientos amorfos de la vida diaria, con algún propósito concreto" realizando "una serie de operaciones para que sus ocurrencias puedan convertirse en sucesos noticiosos"⁽³⁾.

⁽¹⁾ Ramonet, Ignacio y Chomsky, Noam: *Cómo nos venden la moto*, Madrid, Icaria, 1997, p. 87

⁽²⁾ 2. *Ibid.* p.87

⁽³⁾ Valbuena, Felicitísimo: *Teoría General de la Información*, Madrid, Noesis, 1997, p.236. Fattorello acuñó la expresión "Sujeto Promotor" en el año 1961 para referir al comunicante que inicia la actividad informativa. Para el profesor italiano, "promotor" -aplicado al periodista o a quien origina el proceso informativo- es el que pro-mueve, el que "inicia algo con una intención", mientras que para el profesor Valbuena hay que diferenciar al "promotor" del periodista. Este último que se ocupa "de asuntos mudables y muy variables, aunque estén muy especializados" (1997: p.236)

⁶⁴ Marín Calahorra, Francisco. *Fundamentos del protocolo en la comunicación institucional*, Madrid, Síntesis, 1997, p.17

⁶⁵ Balandier, George. *El poder en escenas*, Madrid, Paidós, 1994, p.18

Y lo hacen siendo plenamente conscientes de que la imagen es el instrumento más poderoso en una sociedad en la que la televisión ocupa, para la mayoría, el puesto prioritario entre los tradicionales medios de información; es el que más aceptación tiene en la audiencia y el que posibilita con mayor facilidad esa "confusión" interesada de creer que se asiste a un hecho cuando sólo se está viendo de forma distanciada; y lo que es peor, se cree que se entiende, cuando solamente se está observando. Este hecho es de suma importancia para el experto en comunicación política porque "la institución, en la mayoría de los casos, sólo existe ante la sociedad como imagen virtual, como realidad conformada a través de su presencia en los medios de comunicación y, en el mundo actual, éstos son los elementos más eficaces para esculpir esa imagen en el acervo de una sociedad"⁶⁴. Pero también porque mediante esa imagen que muestra la televisión, y con cuya sola presencia ya es suficiente para que la institución sea -exista-, es posible "jugar" con la audiencia mediante la asociación de unos símbolos a unos conceptos difícilmente cuestionables.

Las investigaciones en el campo de la comunicación política se han centrado en los procesos electorales, y se ha estudiado la imagen de los candidatos, el discurso, la negociación, la presencia ante los medios y cómo comportarse incluso en presencia de periodistas. Muchas de las conclusiones a las que se ha podido llegar analizando esos procesos se han extrapolado al campo de la empresa o de las instituciones, en donde lo que se persigue son fines distintos pero donde resultan válidos, a menudo, los mismos procedimientos.

"Manipulación de símbolos"

Pero muchos de los organismos de mayor o menor envergadura que han visto en la comunicación política un instrumento adecuado para alcanzar sus propósitos aún no han sabido explotar otro arma extraordinariamente eficaz. "El objetivo de todo poder es el de no

mantenerse ni gracias a la dominación brutal ni basándose en la sola justificación racional. Para ello no existe ni se conserva sino por la transposición de imágenes, por la manipulación de símbolos y su ordenamiento en un cuadro ceremonial"⁶⁵. Efectivamente, el prestigioso antropólogo Balandier señala al protocolo como la única forma de mantener el poder de un gobierno o de una empresa, pero entendido también ese poder como una forma de prestigio y no sólo de autoridad reconocida.

Quizá no convenga exagerar la posibilidad del ceremonial hasta el extremo de atribuirle la capacidad de ser el único medio de mantenimiento del poder, puesto que ello supondría infravalorar otras posibilidades ciertamente probadas que ofrece la comunicación política. Si bien es cierto que el protocolo, a veces, centraliza todos los esfuerzos en aras de un sólo y complejo objetivo: la consecución o mantenimiento del poder o del prestigio social.

Un ejemplo. El pasado mes de julio, la princesa Diana de Gales fallecía en un accidente de tráfico en París. Tras la muerte de quien, según el Primer Ministro inglés, Tony Blair, había sido "la Princesa de los corazones", se sucedieron las manifestaciones públicas de dolor y de pésame de casi todo el pueblo británico y de las familias reales del resto del mundo. La Casa Real Británica, en principio, no se pronunció sobre el suceso. -Conviene no olvidar que Lady Di se había separado del Príncipe heredero y, por tanto, había perdido el título y honores de princesa-. Pero ni el pueblo ni los medios de comunicación -estos últimos sobre todo- aceptaron la frialdad de la Corona, una institución centenaria que comenzaba a tambalearse por la ausencia de gestos y por la falta de información demandada por el pueblo acerca de los sentimientos de la Reina.

Ante un clima de tensión que había favorecido incluso que se abriera un debate sobre la Monarquía fue necesario diseñar una estrategia de comunicación política que se dividió en dos partes: a.- la

intervención de la Soberana ante las cámaras de la BBC en un discurso calculadamente sentido; b.- el diseño del protocolo para el funeral. Era necesario transmitir una determinada idea al pueblo inglés, a saber: la Corona sentía la muerte de Diana Spencer y compartía los tristes momentos con su pueblo, del que estaban más cerca de lo que se pensaba. Hubo, por tanto, dos tipos de información en la estrategia: la semántica, mediante el discurso que, obviamente también estaba escenificado, pero donde lo que primó fue el contenido; y la estética, por medio del ceremonial tanto de la liturgia como de los prolegómenos.

Si analizar todos los pormenores del protocolo en el cortejo fúnebre, que acompañó la cunefa a la Abadía de Westminster, y durante la liturgia, hay dos "detalles" que consiguieron que la Corona se ganara la confianza y la simpatía del pueblo: primero, cuando la Reina decide hacer ondear la bandera de la Casa Real a media asta en señal de duelo; en el momento en el que el féretro pasa por delante de Su Majestad y ésta inclina la cabeza. Realmente fueron estos dos gestos los que dieron a entender al pueblo inglés que algo había cambiado, que la monarquía -al menos, en apariencia- se había humanizado, que estaba cerca de los ciudadanos.

Esos dos "detalles" protocolarios fueron suficientes para cambiar la concepción de una institución como la Realidad Británica cuyo prestigio se había comenzado a tambalear: toda una estrategia de comunicación política que no sólo no olvidó el protocolo sino que lo primó ante cualquier otra acción. Además, haber inclinado la cabeza implicaba una inversión en la relación de poder, un cambio en la forma de entender el binomio "arriba/abajo" (analizado con detenimiento por Harry Pross). Quien bajaba la cabeza en señal de respeto era la única autoridad en ese país que no tiene ninguna necesidad de hacerlo. La presencia de la Reina había sido suficiente para dar a entender el respeto exigido, pero la Soberana fue más allá. La "violencia simbólica" ejercida por esos

dos símbolos sobre el pueblo había dejado a éste sin ningún tipo de argumentos sometiendo las manifestaciones de rebeldía que había mostrado los días anteriores. Pero esa "violencia" fue doblemente efectiva, precisamente por dos motivos: a.- se ejerció mediante símbolos -incuestionables-; b.- tuvo la imagen televisiva como medio de difusión.

Los "promotores" que asesoraron a la Reina entendieron que "todo poder político acaba obteniendo la subordinación por medio de la teatralidad"⁽⁶⁾. La imagen que quisieron dar tanto de la institución como la de las personas implicadas se transmitió al pueblo y a todo el mundo mediante la escenificación del evento. Una escenificación estudiada y realizada pormenorizadamente. El discurso televisado fue necesario porque con él se llegaba a un importante número de personas. Pero lo que realmente surtió efecto fue la información estética; no la ofrecida de forma argumental, sino la suministrada como espectáculo que utilizó los símbolos debidamente organizados y suministrados a la audiencia en su justo momento por los profesionales de protocolo que prepararon la ceremonia.

No era necesario solamente llegar a la gente desde un punto de vista racional, con motivos lógicos que significaran un cambio de actitud demandado por la población; además de ser así, tenía que parecerlo. Todo debería entonces estar concebido con arreglo a las declaraciones televisadas porque sólo así se podía constatar su certeza. Por tanto, el "parecer" era en realidad la justificación necesaria del "ser". Para esta situación crítica, la información estética había adquirido una importancia mayor a la semántica desde el punto de vista cualitativo y cuantitativo en la estrategia de comunicación política.

El fenómeno producido en Londres había sido descrito dieciséis años antes por Karl W. Deutsch en *Las Naciones en crisis* -citado por Del Rey-: "la organización de los símbolos implica en consecuencia, organización de la percepción y de la memoria, y, a través de este doble

⁽⁷⁾ Del Rey Morato, Javier: *La Comunicación Política*, Madrid, Eude-
ma, 1989, p.176

⁽⁸⁾ Marín Calahorra, Francisco: *Op.*
cit. p.14

⁽⁹⁾ Balandier, G.: *Op. cit.* p. 165

control, facilita el control de las mentes y consigue la percepción acrítica de los mensajes, legitimados por el prestigio de aquellos símbolos⁽⁷⁾. Efectivamente, en un momento en el que, llevado por la tensión y la rabia, el pueblo inglés comenzaba a cuestionar los valores que fundamentaban la Real Institución Británica, se hacía imprescindible volver a organizar "la percepción y la memoria" de una manera difícilmente cuestionable y que dejara a un lado la crítica.

La solución radicaba en "organizar" adecuadamente los símbolos y los gestos con contenido simbólico. -A los ya mencionados habría que añadir, entre otros, la disposición de los invitados, la bandera real sobre el féretro, la colocación del cortejo... -. Pero esa organización no había que realizarla teniendo en cuenta simplemente a los invitados o a las personas que se habían acercado al Palacio de Saint James o a la Abadía de Westminster para seguir el funeral. En realidad, la planificación tenía otros destinatarios aparentemente menos importantes pero que, en definitiva, sería quienes habrían de legitimar en última instancia aquel ejercicio de teatralidad, aquella fúnebre escenificación.

La organización había sido concebida pensando en la audiencia, en los millones de telespectadores de todo el mundo que, a través de la televisión, deberían captar de forma consciente, o no tanto, los guiños que los responsables de protocolo habían preparado. "El protocolo, además de establecer y ordenar jerárquicamente las formalidades que se articulan en un acto y a las personas que participan en él, gestiona el proceso de comunicación que genera la simbología del ceremonial que lo rodea"⁽⁸⁾. El "proceso de comunicación" no tenía en realidad como receptores a los invitados allí presentes -a diferencia de la visión que mantienen los teóricos del protocolo más tradicionales- sino los invitados no presentes; aquellos que siguieron la ceremonia a través de sus aparatos de televisión.

Ceremonial televisado

Casualmente -y aunque no era algo muy común, pero que empieza a serlo debido a la influencia de los medios de comunicación-, la ceremonia no había sido pensada tanto para las altísimas personalidades que llenaban la Abadía y acompañaban al cortejo como para quienes, desde sus casas, contemplaban tranquilamente la obra en conjunto, la totalidad de la representación.

Es importante subrayar que la gestión de todo el mecanismo generado por los símbolos y gestos simbólicos preparados para el funeral había que realizarla teniendo en cuenta su alcance, al ser una ceremonia transmitida por televisión. Esto es lo que realmente determinó el tipo de evento que hubo que organizar, puesto que la Monarquía inglesa no sólo se "jugaba" su prestigio ante el pueblo soberano sino ante todo el mundo. Los responsables de protocolo realizaron una auténtica labor de ingeniería que tuvo que combinar: 1º.- la exigencia popular para que fuera un funeral de Estado (imposible debido a la condición de la fallecida); 2º.- el deseo de la familia, que prefería una ceremonia privada; 3º.- la presión de los medios de comunicación, que cuestionaban a la Institución y le criticaban su frialdad y distanciamiento respecto del pueblo.

Se realizó, por tanto, una buena labor de protocolo teniendo en cuenta que la televisión (concretamente a la BBC, que distribuyó la señal institucional) era la clave de todo el entramado. "La importancia concedida a la imagen y al sonido, la capacidad de transmitir el acontecimiento ceremonial a cualquier lugar, dan pie a una "retórica de la transmisión"; ésta impone su lógica en la dramatización y lo hace mediante la opción que opera acerca de qué es lo que muestra combinando los diferentes planos de la escena y cómo han de ser presentados los personajes centrales..."⁽⁹⁾. ¿Qué sentido tenía sino el pequeño cartel, difícilmente perceptible a simple vista, que posaba sobre el féretro y en el que se podía leer "Mummy" (Mami)? Lógicamente ese pequeño letrado, que habría depositado el hijo me-

nor de Diana Spencer, indicaba en primer lugar que no presenciábamos un funeral de Estado (en ese caso, no se habría permitido colocar ningún cartel sobre el féretro). Pero, además, sirvió para subrayar el carácter familiar y entrañable en cierto modo de la ceremonia. No en vano, esa imagen fue una de las más vistas por la televisión, y primera página de los periódicos del día siguiente. Esto tampoco fue casual.

El protocolo que se debería haber aplicado en condiciones normales se vio notablemente alterado por las razones explicadas más arriba. Esto no supone en forma alguna que se haya "roto el protocolo" como quisieron ver muchos periodistas y expertos en comunicación. En absoluto. Lo que se produjo fue un cambio en la estrategia protocolaria condicionada por la situación y para adecuarla a un plan de comunicación política preparado para la ocasión. Ninguno de los gestos ni movimientos que se pudieron observar en la transmisión televisiva fue "anecdótico" ni se produjo como consecuencia de que alguien se "saltara el protocolo". Es más, el protocolo fue rígido -a lo que, por otra parte, está muy acostumbrada la realeza británica-.

Muchos de los aspectos informativos que encierra el ceremonial en algunos procesos de comunicación (el funeral mencionado, una rueda de prensa, la visita de un Jefe de Estado, la primera piedra de una universidad o la inauguración de una factoría) han sido insuficientemente estudiados en nuestro país desde el campo de la Teoría de la Información y de la Comunicación. El profesor Javier del Rey señala, citando al catedrático Ángel Benito, que la Teoría General de la Información (TGI) "es la disciplina más amplia de cuantas se ocupan del hecho social de la información y comunicación colectivas"⁽¹⁰⁾.

Por ese motivo el protocolo, como ciencia y arte, debe ser analizado desde el campo de estudio que ofrece la TGI, una disciplina amplia de la que parten otras muchas investigaciones pero que tienen a la información y a la comunicación como

raíces en común. Es cierto que la literatura sobre los símbolos es abundante así como sobre sus efectos. Sin embargo, se echa en falta el análisis que constate cómo ha cambiado la forma de concebir el ordenamiento y la utilización de los símbolos, en sentido particular, y del protocolo, en general, debido a la presencia de los medios de comunicación en los actos organizados por las instituciones, como parte de su estrategia de comunicación política.

Uno de los estudiosos del protocolo más prestigiados en nuestro país, Felio A. Vilarribias, define esta disciplina como "la transcripción escrita de los usos, costumbres y tradiciones de un país o territorio en fórmulas reglamentadas". Y concreta aún más su definición explicando que "es el ordenamiento reglado y jerarquizado de los concurrentes en un acto público o privado, según la naturaleza y fines del mismo, en razón del cargo que ostenten los invitados y de la causa de su presencia en torno al anfitrión"⁽¹¹⁾.

Esta definición es válida de principio para entender en líneas generales la misión del protocolo. Sin embargo, en los últimos diez años los medios de comunicación han obligado a cambiar la forma de concebir esta disciplina. Así, comienza a ser práctica común alterar las precedencias en un evento o el orden lógico de una ceremonia por la presencia de los medios, con la intención última de favorecer o propiciar una determinada imagen de la persona o institución organizadora. Pero todo ello sin alterar la filosofía del evento y siendo fieles a los principios que establece la ley o las tradiciones, según el caso. Ese es el reto.

Esta razón, unida a la concepción del protocolo como una forma de comunicación y de transmisión de información, parece que obliga a plantearse el estudio de esta disciplina desde la Teoría General de la Información, desde donde, por otra parte, se han venido realizando los estudios de comunicación política en nuestro país. Eso sí, sirviéndonos de las ideas que sobre el ceremonial han aportado la Historia, la Sociología, la Diplomacia o la Antropología.

⁽¹⁰⁾ Del Rey Morato, Javier: Op. cit. pp. 19-20

⁽¹¹⁾ Vilarribias, Felio A.: Tratado de Protocolo del Estado e Internacional. Oviedo, Nobel, 1994, p.21

BIBLIOGRAFÍA

BALANDIER, George: *El poder en escenas*, Madrid, Paidós, 1994

MARIN CALAHORRO, Francisco: *Fundamentos del protocolo en la comunicación institucional*, Madrid, Síntesis, 1997

PROSS, Harry: *La violencia de los símbolos sociales*, Barcelona, Anthropos, 1989

RAMONET, Ignacio y CHOMSKY, Noam: *Cómo nos venden la moto*, Madrid, Icaria, 1997

REVISTA INTERNACIONAL DE PROTOCOLO, nº 9, pp. 34-36, Madrid, Instituto de Estudios de Protocolo, 1997

REY MORATO, Javier del: *Comunicación Política*, Madrid, Eudema, 1989

VALBUENA, Felicísimo: *Teoría General de la Información*, Madrid, Noesis, 1997

VILARRUBIAS, Felio A.: *Tratado de Protocolo del Estado e Internacional*, Oviedo, Nobel, 1994