

LA PUBLICIDAD UN TÍTERE DE LA POLÍTICA

por Tatiana Samboni
Publicidad VII



La publicidad es una actividad de comunicación cuyo objetivo fundamental es persuadir, convencer o seducir al público hacia una compra. La política es un tema de gran valor para el desarrollo de un país, a través de ésta se definen temáticas económicas, sociales, culturales, etc. de gran relevancia para el desarrollo adecuado de cualquier país del mundo, por lo tanto la elección de candidatos que promuevan propuestas serias y acordes con las necesidades de la sociedad es de suma importancia. En esto juegan un papel importante los medios de comunicación, quienes tienen el deber de divulgar todas las propuestas de los candidatos, con el fin de dar a conocer las características de éstos y permitir al público tomar una decisión que sea acorde a las prioridades del país.



De acuerdo con lo anterior, la publicidad juega un papel muy importante en cuanto a la toma de

decisiones de los ciudadanos por un candidato, pues éste es una estrategia publicitaria que traduce los discursos en una imagen o perfil, para atraer votantes a través de medios audiovisuales como la televisión, donde normalmente se tocan, fibras emocionales que orientan la voluntad del público a favor del candidato, de esta manera se consigue que la sociedad construya una opinión política ingenua endulzada por una imagen y no basada en principios realmente políticos. Lo anterior es el resultado de una indagación que se realizó por medio de setecientas encuestas dirigidas a las amas de casa de estratos 2 y 3 de la ciudad de Cali, quienes son las más impactadas visualmente por la televisión que es su mejor medio de comunicación.

La publicidad es un instrumento conveniente para vender la imagen de algo y por qué no, de alguien, pues es un canal masivo que busca modificar la conducta del público, con la capacidad de captar partidarios por un interés, hacia las ideas de un grupo de personas e involucrar a la sociedad bajo una meta en común,

es cuando se habla de publicidad política como un factor comercial, donde los candidatos y sus propuestas se venden como otro producto cualquiera.

Cuando se trata de convencer o de persuadir, se recurre a la publicidad política mediante anuncios, cuñas de radio, spots, publicidad exterior, entre otros en época electoral y otras campañas que logran destacar las cualidades del producto, que en este caso sería de un candidato.

La publicidad política funciona en las sociedades de consumo, el mecanismo consiste en convertir el proceso de propaganda política en uno que sigue el formato de la publicidad comercial, por lo tanto, según esto no hay mucha diferencia entre el lanzamiento de una campaña política y vender la imagen de un candidato con el hecho de promocionar un nuevo producto o una nueva marca. Si bien esta política se aplica en muchos medios de comunicación, la televisión se ha convertido en quizás el medio masivo informativo con mayor impacto para la publicidad política.

Teniendo en cuenta que la televisión no sólo permite anunciar la campaña y las propuestas de un candidato, sino que además, vende la imagen de alguien, sin olvidar que este es quizás el medio de comunicación más fuerte, pues es atractivo para todos los niveles de la sociedad, desde los más jóvenes hasta los mayores, lo que permite que las campañas y los candidatos sean conocidos por todos, pero de esto depende de el atractivo o el tipo de publicidad que se emplee con el fin de captar la atención de la comunidad.

Por esta razón, es que las votaciones que se realizan tienen una opinión ambigua, donde se cree se está eligiendo o apoyando al mejor representante guiados por una imagen política creada por la publicidad que podría ser engañosa, entonces ¿será que estamos votando por un bien común que ayude a mejorar la situación de nuestro país? o ¿seguramente estamos eligiendo un producto basado únicamente en su imagen dejando en segundo plano lo que realmente nos interesa que es una propuesta realista que ayude al mejoramiento y al desarrollo de nuestro país?.