

Escala Crítica/ Diario Presente, Ventanasur, Horay20Noticias, Avance

* ¿Quién gana en un duelo retórico?, el límite discursivo * Estrategias del discurso retóricas y realidad social 2024 * Palabras:
fuerza social democrática, respaldo de hechos

Víctor M. Sámano Labastida

EN TIEMPOS ELECTORALES, los temas que dominan en la opinión pública no dependen de enfoques técnicos o especializados. Problemáticas y soluciones posibles no se discuten con criterios racionales y sentido comunitario. Muy pocos quieren meterse al aspecto técnico de los problemas.

Por esa razón, 2024 será batalla de narrativa, de cómo se cuentan las cosas y qué se cuenta. Emociones y conexión popular hacia los ciudadanos. Que esto resulte positivo o negativo para el país, se juzga secundario por estrategias políticos y 'genios' del marketing. ¿Deberían pensarlo mejor? Quizás el país lo agradecería, lo mismo que la cultura ciudadana que se construye día a día como democracia participativa.

Bajo esta perspectiva, ¿el diagnóstico técnico, la deliberación con sentido comunitario y la argumentación racional tendrán una oportunidad en los millones de mensajes lanzados? En esta historia, quizás se olvida cómo en 2018 la credibilidad política y argumentativa de AMLO se construyó a contracorriente de la narrativa sustentada en mera imagen (recordar a Peña Nieto). Premisa: la realidad social impone límites a la construcción de percepciones.

PALABRAS, GESTOS Y TEMPLE

EN EL SIGLO XVII, cuando iniciaban los debates públicos en Inglaterra, se permitían espectadores en la galería. Uno de ellos, con oído defectuoso, fue interrogado sobre su asistencia a esos debates, si en realidad no escuchaba bien y no comprendía las argumentaciones. "No importa", respondió, "porque me bastan los gestos: si veo que alguien gesticula y se enoja es que va perdiendo el debate". Incluso sin comprender las palabras, el espectador se fijaba en la mímica del debate y detectaba tendencias.

En política se usa el dicho "el que se enoja, pierde", para caracterizar estados de ánimo que dependen de efectos verbales atados a hechos. En este sentido, las palabras son más que palabras. De ahí que el temple político, mantener la calma en momentos difíciles, forme parte

sustancial de la identidad de un candidato con posibilidades de triunfo.

Por otra parte, el pensador italiano Umberto Eco explicó: “la misma práctica social no puede expresarse más que en forma de palabras”. Es decir: los hechos se expresan y se recuperan con palabras. Mientras tanto, hay que mantener el temple. Por ello, advierte Eco, “los signos son una fuerza social y no simples instrumentos que reflejan las fuerzas sociales”.

DEMOCRACIA MEDIÁTICA

ESCRIBIÓ el filósofo norteamericano Charles Sanders Peirce: “Mi lenguaje es la suma total de mí mismo, porque el hombre es el pensamiento”. La modernidad pone el acento en el discurso y coloca los hechos en segundo plano. A esto, en política, se le llama democracia mediática (puede parecer contradictorio, cierto por el carácter unilateral de los medios). Es decir: quien tiene las palabras y plataformas disponibles, tiene influencia social. El espacio mediático moldea percepciones sobre la realidad y esas percepciones son una fuerza social.

Desde esta perspectiva, se comprende la importancia de la imagen política y la narrativa que construyen los actores públicos desde plataformas de comunicación. La “democracia mediática” depende de ciertos resortes retóricos que no necesariamente coinciden con los hechos o datos duros.

¿Quién gana en un duelo retórico? Es la pregunta clave de un texto escrito por el politólogo estadounidense William Riker (La estrategia retórica, 1996). Maneja dos hipótesis básicas sobre cómo funciona la retórica política en el espacio público: 1) el “principio de dominancia” que establece que “cuando una de las partes domina en el volumen de las expresiones sobre un tema en particular, las otras partes abandonarán ese tema”; 2) el “principio de dispersión” sugiere que “cuando ninguna parte domina en el volumen de un tema, ambas lo abandonan, pues no vale la pena concentrarse en ámbitos donde el mensaje no será recibido con claridad por los electores”.

Podemos preguntarnos, en este sexenio, quién de los opositores le ha quitado el “principio de dominancia” de cualquier tema al presidente López Obrador. Por el contrario, en sus conferencias matutinas AMLO encontró el instrumento comunicativo para fijar agenda y hacerse escuchar entre el vocerío mediático que lo cuestiona un día sí y otro también. Asumió su derecho a hacerse escuchar.

Podemos preguntarnos, además, cuántos políticos opositores han renunciado a ciertos temas (“principio de dispersión”) al considerar que no son importantes para los electores. ¿Cómo hacer una selección significativa de temas de campaña, de cara a la ciudadanía? Pregunta crucial hacia 2024. La batalla de percepciones es lo que interesa a los actores políticos. Batalla discursiva. Otra cosa es lo que apunten los hechos que –por cierto- luego se convierten en materia de interpretación política.

Escrito por Editor

Martes, 19 de Diciembre de 2023 21:20 -

PALABRAS, HECHOS Y FUTURO

MODERNIDAD MACHACANTE: las percepciones moldean la realidad. La democracia mediática se encima a la democracia social. Un problema para la continuidad del proyecto de gobierno de Morena es el “principio de dominancia” retórico. AMLO sabe nadar entre tiburones mediáticos, pero cualquier avance real del país tiene que aflojarse en terracería, no sólo en la batalla narrativa. Las palabras deben aterrizar en los hechos.

(vmsamano@yahoo.com.mx)