

## CAPÍTULO II

# El Discurso Retórico Político. Apuntes sobre retórica política, simbolismo, comunicación y la institución imaginaria de la sociedad

*El corazón de un hombre de Estado debe estar en su cabeza*

*Napoleón Bonaparte*

### II.I Introducción

Este capítulo se orienta hacia un acercamiento de lo que la retórica significa, sus antecedentes y características. Para ello, se hace un repaso histórico y una categorización de la retórica como técnica y de qué manera es, y fue, empleada como forma de comunicación política. Además de esto, debe tomarse en cuenta que al estudiarse a la retórica como forma de comunicación, ello implica el estudio de signos y símbolos empleados para la concepción de tales mensajes, dado que se entiende a la retórica como el arte del buen decir, el aspecto semiótico en este estudio debe ser abordado para comprender mucho mejor cómo se estructura un mensaje simbólico e icónico, es decir, pasar de lo escrito o hablado a los simbólico e icónico.

### II.II La retórica: algunos apuntes acerca de su evolución histórica

Empezaremos diciendo que la retórica se tratará aquí como el discurso, es decir, como esa forma de comunicación integral a través de la palabra, en donde el énfasis lo tenía esta misma como producto verdadero del emisor en su búsqueda de afectar al receptor por medio de estímulos sonoros. El discurso era concebido como un producto físico, verdadero, el signo era la palabra, el sonido, este era el

*objeto* que hacía posible la comunicación. De ahí la atención que se pusiera en su adecuada elaboración.

Esta forma de lenguaje, con sus características inherentes, tuvo su propio desarrollo según las épocas que vivió esta retórica, es decir que, en un sentido cronológico, la retórica se distinguió, en cada época, por una u otra característica sobresaliente en su naturaleza propia. Barthes (1990) distingue seis etapas o prácticas a saber:

- I. **Una técnica.** Es decir, se concibió a la retórica como el arte de la persuasión netamente, este se constituyó en el sentido clásico del término; según este arte, la retórica se vio como un conjunto de recetas y lineamientos que, al ser observados y puestos en práctica por el orador, permiten convencer al oyente a pesar o no de la “veracidad” de los postulados argumentados.
  
- II. **Una enseñanza.** La retórica avanzó como forma de educación, transmitida inicialmente por vía personal. Fue adoptada rápidamente por las instituciones de enseñanza, de allí que fuese tomada como el segundo ciclo de la educación superior, y su dominio era objeto de ejercicios, lecciones, pruebas y evaluaciones. Recordemos en este punto la forma de educación desarrollada por Platón en su Academia. Algunos historiadores aseguran que un cartel a la entrada de esta rezaba *No entre aquí el que no sepa de geometría*, inscripción que guardaba dentro de sí la génesis de la retórica. Para Platón era imprescindible desarrollar en el individuo todo su potencial interno (su mundo ideal), literalmente “sacarlo de la caverna”, hacerlo conocer la verdad, de ahí que la base de todo raciocinio fuese la retórica, es decir, la razón argumentada que fundamentara el logos. Este último vendría a significar hoy día, aunque de manera muy pobre, el concepto, la definición de algo, aunque es preferible referirse a el como la razón argumental que sostiene un postulado y que es aceptado por todos en lo que concierne a las discusiones y debates cuyo fin es la obtención de la verdad.

III. **Una ciencia.** En esta etapa la retórica era vista bajo distintas ópticas; en primer término, se concebía como un campo de observación autónoma que delimita ciertos fenómenos homogéneos, a saber, los efectos del lenguaje. De allí que, a partir de esas manifestaciones, surgiera también una clasificación (cuyo rasgo más conocido es la lista de “figuras” de la retórica). Como operación era otro de sus matices, según el cual la retórica era un metalenguaje, un conjunto de tratados de la retórica cuyo objeto es el discurso concebido como objeto, partir de allí resulta la referencia al lenguaje – objeto como la conjunción de un lenguaje argumentativo y un lenguaje figurado (¿simbólico?).

IV. **Una moral.** Debido a que establece un sistema de reglas, la retórica contiene en sí misma, la ambigüedad de la palabra (esta es la génesis del simbolismo en el lenguaje retórico). Estas reglas animan la concepción de la retórica, primero como un decálogo de prácticas con una finalidad específica (afectar al receptor) el cual se adscribe a un código y ciertos parámetros morales, cuya vigencia tiene como fin delimitar los excesos del lenguaje pasional.

V. **Una práctica social.** La retórica es aquella técnica privilegiada (porque se debe pagar para adquirirla) que permite a las clases dirigentes asegurarse la propiedad de la palabra. Como el lenguaje es un poder, se han sancionado reglas selectivas de acceso a ese poder, cerrada a *aquellos que no saben hablar*. Tributaria de una iniciación costosa: nacida hace 2500 años de los litigios por la propiedad, la retórica se agota y muere en la clase de retórica, consagración iniática de la cultura burguesa.

VI. **Una práctica lúdica.** Así como la retórica se constituyó en un sistema institucional (de participación social), la aparición de una retórica negra, irónica, con alusiones eróticas u obscenas e incluso chistosas fue visto como algo normal. (Barthes, 1990, pp. 86-87. ejemplos del autor)

Vale decir que para Platón, existían dos retóricas: una mala y otra buena. En cuanto a la primera, su apreciación era la de una actividad que consiste en concebir un discurso, una razón argumentada, (no referida únicamente a asuntos legales sino de manera total), es decir, el objeto principal de la retórica descansa en su potencial verosímil, pero ese potencial de verosimilitud tenía un matiz más de ilusionismo que de instrucción, de formación, siendo este su segundo punto de vista (la retórica como psicagogia –la formación de las almas mediante la palabra). La retórica filosófica tenía, para él, la virtud de tener a la verdad como norte. La retórica sería entonces la imitación de la justicia; la sofística (de los sofistas), la de la legislación (el ilusionismo de la palabra, por tanto, este último, no podría catalogarse de arte).

Debido a su carácter de búsqueda de la verdad, la retórica sólo puede darse en una relación personal (de allí la clásica distinción entre comunicación –que sería esta- e información, que no pasaría de ser más que un mero intercambio de datos análogo al que se da entre máquinas). Esta relación personal señala claramente que el modo fundamental del discurso es el diálogo (día – logo, en su sentido clásico, es decir la oposición dialéctica de dos logos –dos razones argumentadas-) y su naturaleza sería la misma que se da entre un maestro y su discípulo, conducidos por el respeto mutuo, pero también por el aprecio y la estima.

Otra percepción tuvo Aristóteles, quien definió a la retórica como el arte de extraer de cualquier tema el grado de persuasión que comporta. Para él, no era más que hallar en cada tema todo lo que pueda ser adecuado teniendo como fin la persuasión. A partir de allí su inferencia tomada como regla: “Más vale un verosímil imposible que un posible inverosímil” (Barthes, 1990, p. 95).

De la anterior afirmación se recoge que la naturaleza de la retórica se centra en una paradoja. Esta se fundamenta en contar al público lo que este cree posible aunque imposible sea científicamente, a mencionar lo que es posible pero que es desdeñado por el colectivo en su opinión corriente, en la opinión pública. Resulta obvio resaltar la importancia de tales postulados en la concepción de la retórica de masas, según la cual, ésta pasó de ser un dominio reservado a las élites como un

código utilizado por y entre ellos, para ser utilizada como una forma de comunicación entre los dirigentes y los dirigidos.

Es decir, la retórica pasó a ser un mensaje concebido por un emisor (el que pronuncia el discurso) con, no uno, sino miles de destinatarios. En ese orden de ideas, Barthes propone: Es evidentemente tentador poner en relación esta retórica de masas con la política de Aristóteles: fue, como se sabe, una política del justo medio, favorable a una democracia equilibrada, centrada en las clases medias y encargada de reducir los antagonismos entre los ricos y los pobres, la mayoría y la minoría; de ahí una retórica del buen sentido, voluntariamente sometida a la 'psicología' del público (Barthes, 1990, p. 95).

Dos mil años antes de Cristo, los retóricos griegos se concentran en Roma, fundando escuelas de retórica, en las que se enseñaba, por edades, este arte, en donde se aprendía en base a dos ejercicios, los menores lo hacían con disertaciones de tipo persuasivo (deliberando sobre tópicos generales) y los mayores lo hacían planteándose controversias (del tipo judicial o legislativo). Lo anterior, se puede tomar como un antecedente formal de la profesionalización de la retórica.

En este contexto, la obra *Las Rethórica* (obras retóricas) de Cicerón, -un orador que habla del arte de la oratoria, y cuyo manual antes mencionado, se convirtió en obligada referencia durante la edad media-, le otorga en su obra a la retórica un matiz pragmático. Para ello toma como base ciertos aspectos de la retórica aristotélica. También es cierto que Cicerón moraliza la retórica y reacciona contra la enseñanza de las escuelas: es la reivindicación del hombre honesto contra la especialización. También se refiere al orador, el cual debe poseer una amplia cultura general como condición sine qua non. Debido en parte a ello, algunos autores identifican en Cicerón la génesis de la elocución como parte de la retórica.

La columna vertebral que sustenta cualquier intento comunicacional para catalogarla como ejercicio retórico, se ha hecho, de manera clásica, sobre cinco fundamentos esenciales. Para Aristóteles el punto de partida es la Teknè

(Rhèthòrike) generando a su vez cuatro tipos de operaciones que son el arte de la retórica (referida esta a la oratoria, no al discurso como tal):

- a) *Pisteis*, establecimiento de las ‘pruebas’ (también entra aquí la invención del discurso).
- b) *Taxis*, es decir, la colocación de esas pruebas a lo largo del discurso de acuerdo con cierta disposición.
- c) *Lexis*, entendida esta como la formulación verbal de los argumentos (la locución que se le imprime).
- d) *Hypókrisis*, que define a la escenificación del discurso por medio de un orador. (adaptado de Barthes, 1990, p. 119).

A manera de repaso y retomando la idea de una Teknè (Rhèthòrike) como forma de influenciar en una audiencia potencial, conviene recordar su evolución en cuanto a la idea que de ella tuvieron sus principales exponentes. Aristóteles coloca, en primer lugar, la estructuración (operación activa) del discurso sin tomar en cuenta su estructura (es decir, el discurso como tal, como producto del emisor).

En cuanto a Cicerón, su punto de partida es que la retórica es un saber enseñado con fines meramente prácticos. En tercer lugar se ubica Quintiliano, quien a su vez, combina las apreciaciones de Aristóteles y Cicerón para concluir que la retórica contiene elementos de práctica y de pedagogía, desdeñando el matiz especulativo que pudiese poseer. ¿Es posible resumir a grandes rasgos las características clásicas de una técnica retórica (una Teknè Rhèthòrike)? Barthes establece que sí:

*En su máxima extensión, la Teknè Rhèthòrike comprende cinco operaciones principales; hay que insistir en la naturaleza activa, transitiva, programática y operativa de estas divisiones; no se trata de elementos de una estructura sino de actos de una articulación progresiva, como bien muestra la forma verbal (mediante verbos) de las tres definiciones (Barthes, 1990, p. 121).*

Establecidos a grandes rasgos los parámetros bajo los cuales se ubica la retórica, se puede inferir la importancia de esta en la vida política. Sin embargo, antes de realizar otras menciones al respecto, conviene hacer referencia aquí a otro campo de estudio pertinente para comprender mucho mejor las implicaciones de la retórica y su relación con la política, (recordando en este punto el concepto que de esta se dio en un principio como forma potencial o efectiva de una manera de proceder, una práctica, una serie de hechos *al servicio de una idea*). Nos referimos a la semiología.

Puesto que la retórica se basa en el empleo de un código para articular un mensaje, de allí se infiere que tal código presupone el uso de signos (lingüísticos), por tanto, vale mencionar que la semiología, concebida por Ferdinand de Saussure (1916), es la *ciencia que estudia los signos en el seno de la vida social*. Es decir, todos aquellos referentes simbólicos que permiten cualquier intercambio comunicativo.

Asimismo, Saussure establece que:

La lengua es un sistema de signos que expresan ideas, y por eso es comparable a la escritura, al alfabeto de los sordomudos, a los ritos simbólicos, a las formas de cortesía, a las señales militares, etc, etc. Sólo que es el más importante de todos esos sistemas (...) se puede, pues, concebir *una ciencia que estudie la vida de los signos en el seno de la vida social*. Tal ciencia sería parte de la psicología social, y, por consiguiente, de la psicología general. Nosotros la llamaremos semiología (del griego semeion 'signo'). Ella nos enseñará en qué consisten los signos y cuáles son las leyes que los gobiernan (Saussure en Guiraud, 1979, p.7)

La mención a la semiología se hace debido a que la retórica se refiere, evidentemente, a un trabajo de codificación y decodificación de mensajes en el ámbito de la vida social, pero, en nuestro caso, el énfasis no se pondrá tanto en el mensaje sino en la meta del emisor al codificar un mensaje.

**Cuadro B.1:** La Teknè Rhèthòrike (Fuente: Barthes, 1990, pp. 121 -122)

*La Teknè Rhèthòrike*

I. INVENTIO Héuresis	<i>Invenire quid dicas</i>	Encontrar qué decir
II. DISPOSITIO Taxis	<i>Inventa disponere</i>	Poner en orden lo que se ha encontrado
III. ELOCUTIO Lexis	<i>Ornare verbis</i>	Agregar el ornamento de las palabras, de las figuras
IV. ACTIO Hypókrisis	<i>Agere et pronuntiare</i>	Recitar el discurso como un actor: gestos y dicción
V . MEMORIA Mneme	<i>Memoriae Mandare</i>	Aprender de memoria

Todo esto debido a que, para los efectos de este trabajo, un análisis de la evolución del discurso retórico al discurso simbólico icónico requiere la formulación de una retórica orientada semióticamente, además de ello, una discusión acerca de las ideologías presentes en tales propuestas, ameritan un enfoque como el mencionado.

Eco aclara este punto acotando:

En las últimas décadas, la llamada ‘nueva retórica’ (Perelman, 1958) ha confinado definitivamente los discursos apodícticos en los sistemas axiomatizados y ha incluido todos los demás tipos de discurso, desde el filosófico hasta el político, en las voz de retórica. Así, todos los razonamientos humanos sobre hechos, decisiones, creencias, opiniones y valores ya no se consideran como obedientes a

la lógica de una Razón Absoluta, sino que se los ve en su relación mutua con elementos afectivos, valoraciones históricas y motivaciones prácticas.

En esa perspectiva, el discurso persuasivo se despoja definitivamente de ese aura de fraude que lo rodeaba incluso en la edad de oro de la retórica clásica (piénsese en la oposición tradicional entre Sócrates 'bueno' y sofistas 'malo') para pasar a ser una *técnica de la interacción discursiva 'racional'* sujeta a la duda, a la revisión, controlada por toda una serie de condicionamientos extralógicos (Eco, 1995, p. 387).

Tomado de la manera en que lo expone Umberto Eco, la retórica se nos presenta entonces como una forma bastante compleja de producción de signos, que se da en el marco de una constante elección de premisas probables, y de figuras retóricas basadas en alegorías y simbolismos. Así, este proceso comunicacional es calificado por el mencionado autor como una *semiótica de la interacción conversacional*, cuyo principal requisito es acogerse a determinadas reglas en la conversación (¿la Teknè Rhèthòrike?).

Sin embargo, vale la pena volver a citar a Eco para referirse a una realidad pertinente para el enfoque de este trabajo respecto a la retórica y el uso que de ella se hace cuando el fin del discurso posee un matiz ideológico:

...existen ejecuciones aberrantes, aunque no por ello menos raras, del mismo tipo de interacción regulada, es decir (se refiere el autor), a todas esas formas de propaganda oculta y de persuasión de masas, así como de aserciones más o menos 'filosóficas' en que, a partir de premisas probables que definen sólo una sección parcial de un campo semántico determinado, se pretende llegar a conclusiones que hay que aceptar como Verdaderas, con lo que se abarca la naturaleza contradictoria del Campo Semántico Global, y se presenta el punto de vista propio como el único adoptable.

En esos casos, carece de importancia el hecho de que la actitud descrita sea aceptada por el emisor como *deliberada* y cínica para engañar al destinatario o el

de que constituya, al contrario, un caso de *autoilusión* parcialidad consciente (Eco, 1995, p. 388).

### **II.III La Retórica. Un estudio semiótico.**

Hay que volver a retomar a la elocución como elemento indiscutiblemente pertinente de cara a la retórica contemporánea. En este sentido, la atención del oyente o receptor y ‘conducirlo’ a que elabore sus conclusiones a partir de las premisas o argumentos dados como válidos por el orador, el discurso propio debe presentarse de manera inédita, es decir, llevar el *ornare verbis* (Barthes, 1990) a su máxima expresión. Todo con el fin de ofrecer, aunque sea de manera aparente y en el plano expresivo solamente, cierta cantidad de información fresca. En la retórica clásica, tal fin se conseguía con la utilización de figuras (figuras discursivas).

Es indiscutible que, a través de ese proceso de *ornare verbis* (Barthes, 1990) , descrito anteriormente, se pueda decir que la retórica haya visto caer su reputación de manera significativa como un arte al servicio del engaño y la parafernalia. Ello se debe al hecho de que esta se podía (puede) entender de dos maneras: en primer término como Esquemas Generativos, es decir, como el conglomerado de reglas para la sustitución de palabras determinadas (y su concepto correspondiente) por otras palabras y otros conceptos.

Por otra parte, su entendimiento remite a la idea de “Expresiones Ya Generadas”, que no son más que los esquemas ‘retóricos’ en un sentido peyorativo, dicho de otra manera, son las frases trilladas y ofrecidas como modelo de ‘buen escribir’ o de ‘bien hablar’: ello encierra todo un repertorio de frases hechas y repetidas, cargadas de ‘prestigio’ y rimbombancia, pero sin abandonar connotaciones de valores emocionales.

Ejemplo de ello serían las frases: “la tierra que nos vio nacer”, “Nuestro querido terruño”, “Sólo soy una pluma conducida por los vientos de la revolución” entre otras, encierran un repertorio de figuras hechas cuyo valor semántico a veces se

pierde en el excesivo adorno de las frases que apelan, a veces, solo a emociones, que no a hacer llegar un mensaje racional y claro.

“Cuando las retóricas se usan de modo ‘creativo’, no sirven sólo para embellecer un contenido ya dado, sino que contribuyen a delinear un contenido diferente” (adaptado de Eco, 1995, pp. 389-390, ejemplos del autor).

Luego, se puede deducir que la retórica es el producto de una *ornare verbis* antiquísima, pero que en su avance y desarrollo ha dado como resultado frases con tal nivel de difusión (y por tanto de institucionalización) que, en muchos casos, substituyen el significante al cual se referían, perdiendo incluso, un sentido lógico. Ejemplo de ello, por citar uno, sería la frase “la ley del embudo” (aforismo que resume una lógica según la cual algún trámite o privilegio no se aplica a todo el mundo sino a una minoría –se expresa de manera metafórica, la analogía embudo, un cuello ancho que finaliza en uno muy pequeño ilustra una situación-.

Este ‘embellecimiento’ – desmedido, ‘creativo’- de contenidos retóricos, escritos o hablados, conlleva, no solo el hecho de hacer más ampuloso el contenido, sino que agregan más significaciones al contenido: es decir, introducen elementos de contenido diferentes, con o cual el mensaje plantea un contenido distinto, *flexible*, cuya significación, aun puede ser válida utilizando en una misma oración construcciones significativas partiendo de términos o argumentos disímiles. -Tres premisas aparentemente sin sentido alguno o relación posible presentaba George Orwell en su libro “1984”: La Guerra es la Paz; La Libertad es la Esclavitud, y, La Ignorancia es la Fuerza, dando una verdadera muestra de lo antes expuesto- (Orwell, 1995, p. 11).

Vale la pena detenerse un poco más en la obra de Orwell. En ella el autor nos plantea la creación de una neolengua que busca transformar las realidades, y, a partir de ello, las formas de pensamiento mismo en una sociedad, estableciendo un verdadero control sobre el pensamiento y las relaciones entre significantes y significados de las palabras empleadas para comunicarse o construir oraciones con un sentido que, en todo caso, impedía cualquier forma de pensamiento crítico.

Este 'enriquecimiento' de la retórica discursiva, es la misma que ha determinado debido a ese excesivo ornamento de las palabras, que un término como "revolución" sea lo bastante vago y ambiguo como para amoldarse a las más disímiles significaciones. En este sentido, un movimiento que se precie de 'revolucionario' como movimiento aglutinador de voluntades y masas, pueda caracterizarse de la siguiente manera:

- a) Todos los movimientos de masas reclutan a sus competidores entre los mismos tipos humanos, y atraen a personas con una mentalidad determinada.
- b) Tales movimientos son a menudo competitivos, de manera que cuando uno de ellos consigue atraer a más miembros suele ser a costa de los miembros de los demás.
- c) Todos los movimientos de masas son intercambiables, **cualquiera de ellos se puede transformar en cualquiera.** (Brown, 1995, p. 101)

Continuando con el análisis semiótico de la retórica, se perfila el hecho de que una escala de valores se maneja en todo discurso retórico (ideologizante por supuesto), de tal manera que una frase como "Patria o Muerte" encierra dentro de sí un valor primario y otro no tanto, con lo cual se da un discurso ideológico a partir de dos valores que se excluyen mutuamente (dado que son entidades formalizadas lógicamente y, por tanto con áreas de significación marcadas) en donde se prefiere un valor, el primario (Patria = sentido de pertenencia, tierra madre, los hombres en libertad y armonía con *su* tierra, etc), al otro (muerte = la nada, la negación de la vida si no es posible en *la patria*). En tanto se da esta distinción en el discurso, se pronuncia un discurso ideológico.

Visto el anterior ejemplo, podemos percatarnos de que, en la retórica existen conceptos que, si bien es cierto se excluyen mutuamente, las flexibilidad de la retórica puede 'acercarlos', es decir, se constituyen en lo que Umberto Eco denomina **Conceptos Fuzzy** (Eco, 1995, p. 413) cuya significación real se pierde en la *ornare verbis*, es decir, conceptos susceptibles de graduación (desde los extremos pasando por intermedios, es decir, de significaciones difusas, borrosas)

en cuanto a su significación real, dándose el caso como el anteriormente expuesto de George Orwell y sus tres postulados.

(Rescatando la frase “Patria o Muerte” , patria es un significante polisémico con tantas significaciones que su contenido pasa a ser simbólico; ensayando un poco en el contexto bajo el cual fue citada esa frase, *Patria* podría significar, en esa misma frase, libertad, amor, trabajo, colectivo, felicidad, compromiso, verdad, lucha, etc.)

En concordancia con esto, Eco señala:

Un análisis crítico del discurso ideológico no elimina las motivaciones prácticas, materiales del interlocutor, y, por lo tanto, no cambia el mundo (no cambia las bases materiales de la vida). Únicamente puede contribuir a volverlas explícitas. En cambio, el discurso ideológico oculta esas diferentes opciones y, para conseguirlo, se lanza a un juego compacto de conmutaciones de código y de hipercodificaciones indiscutibles (Eco, 1995, p. 414).

Roland Barthes (1964) advirtió ya que el vínculo estrecho entre retórica e ideología era evidente. Determinadas fórmulas retóricas van asociadas estrechamente con una posición ideológica determinada y ningún guerrero de un frente de liberación nacional definiría la lucha por la independencia de su pueblo como *la defensa del mundo libre*, porque esa fórmula la usan con profusión las potencias colonialistas para defender su derecho a colonizar a los demás (adaptado de Eco, 1995, p. 414).

Se va perfilando así como la retórica matizada de ideología se constituye en una suerte de asignación de nuevos significados o atenuación de estos, a palabras y códigos de comunicación, llevando el discurso y, por tanto, los significados de cada una de las palabras o figuras que la conforman, a un terreno de **Conceptos Fuzzy** (Eco, 1995) en donde cada alusión puede darse en un terreno que favorezca el punto de vista del emisor del mensaje.

De hecho, la ideología como conmutación *inconsciente* del código aparece descrita por Jaspers (S/F) como el conjunto de pensamientos y representaciones que se presenta como “Una Verdad Absoluta” al sujeto pensante, con lo que se produce un autoengaño, un ocultamiento, una fuga (adaptado de Eco, 1995, p. 415).

Presenciamos entonces una transformación constante en los significados de las palabras, figuras e imágenes por medio de los cuales se da la comunicación, por la vía de la retórica, en cuanto a lo hablado y lo escrito. Ello implica que las realidades reseñadas bajo códigos, palabras o significaciones susceptibles de cambios o modificaciones, devienen, *per se*, en modificaciones de las realidades percibidas por los receptores de tales mensajes.

De allí que, el trabajo de la producción de signos desencadena fuerzas sociales, representando incluso una fuerza social en si mismo, que da para producir ideología y crítica de esta misma. Deviene entonces, el estudio de los signos y sus significaciones (más aun en el caso del presente trabajo), en una forma de crítica y estudio de la realidad social y, por tanto, política. Pero, en qué contexto esta retórica ha germinado y se ha desarrollado bajo los preceptos antes mencionados.

Conviene hacer un breve repaso de las formas que han asumido las formas de participación política para tratar de encontrar el por qué de un fenómeno como el que se trata de estudiar en este informe.

#### **II.IV Retórica, política e ideología. Una conjunción semiótica.**

Ya se dijo previamente que la representación (los gobernantes potenciales o en ejercicio en una sociedad determinada y los gobernados –electores-) ha sufrido una transformación. La aparición de partidos de masas, con matices populistas y demagógicos han desvirtuado lo que en principio se concebía como una relación de afinidades entre los partidos políticos.

La gran mayoría de los partidos políticos representaban a alguna porción de los electores, principalmente por la vía de las ideologías que estos postulaban, siéndoles fieles por mucho tiempo (conviene recordar en este momento una propaganda difundida por televisión del partido Acción Democrática a propósito de las elecciones presidenciales de 1988, en la cual una señora, ya en la madurez, se dirigía a la cámara y decía: “yo soy adeca aquí y en el otro mundo”).

En ese sentido, los partidos políticos proponían planes de gobierno que ejecutarían de acuerdo a sus lineamientos ideológicos y partidistas. Sin embargo, el correr del tiempo ha evidenciado el abismo que parece abrirse entre partidos políticos, representantes de estos y la sociedad.

Como bien observa Manin:

Hoy, un número creciente de electores vota de manera diferente en cada elección y las encuestas revelan que aquellos que se niegan a identificarse con un partido político también aumentan (...) Cada partido proponía a los electores un programa que, de llegar al poder, se encargaría de ejecutar. En el presente, la estrategia electoral de los candidatos y de los partidos se basa en la construcción de imágenes bastante vagas en las cuales la personalidad de los líderes ocupa un lugar predominante, más que la promesa de medidas determinadas (Manin en Dos Santos, 1992, p. 9).

Al basar la elección de un representante tomando como referencia su imagen (la construida) parece abrirse un debate en torno a la pertinencia de la política a ser aplicada por este o limitarse a *cumplir el rol* que su imagen expresa. Esto implica que la figura principal en cuanto a la representación descansa sobre el presidente de la república, con lo cual se centralizaba la representación en uno o unos pocos. “progresivamente, empero, se advirtió que si bien los partidos de masas habían implicado el fin del parlamentarismo, ello no quería decir que hubiese desaparecido el gobierno representativo” (adaptado de Manin en Dos Santos, 1992, p. 10).

Sin embargo, esta aparición de partidos de masas, hizo evidente que, al contar con una gran cantidad de simpatizantes (producto, también del derecho a voto contemplado, y ampliado a sectores de la sociedad que antes no disponían de el), los partidos políticos debían instrumentar nuevas formas de acercamiento al colectivo, que, afín o no, representaba una fuente potencial de votos indispensable en su búsqueda y conquista del poder.

En este sentido, se da el principio según el cual los votantes no podían, de hecho, o en contadas ocasiones si acaso, tener un contacto personalizado con los candidatos. De esta manera, las grandes concentraciones o *meetings*, se popularizaron, sin embargo, aun eran insuficientes, de tal manera que, en muchas ocasiones, el representante no se elige, *lo que elige es una imagen de él*, su imagen construida de cara al público, o, en menor medida, los colores que representa e, incluso, al símbolo al cual se liga. Atrás quedan las jornadas de retórica partidista oral, en donde se explicaba los lineamientos ideológicos, partidistas y programáticos de su propuesta.

Debido a lo competido de la política en la actualidad, el espacio mediático es restringido, y si se quiere hacer llegar un mensaje, necesario es llevarlo a sus componentes básicos, hacerlo descansar en un persona (el elegido, potencial o activo) y explorar formas de comunicación retórica que *despierten pasiones* en la audiencia, que la *enciendan*. Ello no es más que la conjunción ideal del *ornare verbis* con el *agere et pronuntiare*. Pisa así la política contemporánea el reino del *performance*, de la *representación*.

Esto determina que tal o cual opción política despierte o no interés en la comunidad, depende del grado de identificación que los electores tengan con el elegido. Dicho de otro modo, se plantea antes que nada un sentido de pertenencia que unifique el voto hacia una opción política determinada. No se otorga así una confianza, por parte del elector, a un programa o lineamiento político, sino a quien más se identifique con el pueblo, con el colectivo (recordemos el slogan de la campaña política de Jaime Lusinchi, candidato Acción Democrática –partido que a

su vez era definido como *el partido del pueblo*-, en la contienda electoral de 1983 en Venezuela: “Jaime es como tú”).

En este sentido, Bernard Manin complementa:

Hoy se tiende a olvidar que en la democracia de partidos, como en el parlamentarismo clásico, los electores se remiten unos a otros y no a sí mismos para la gestión de los asuntos públicos: la elección se convierte así en una manifestación de confianza, no en la elección de medidas políticas detalladas. Es el objeto de confianza lo que cambia, esta dirige más a una personalidad, a un movimiento que despierte un sentido de pertenencia, una identificación (Manin, en Dos Santos, 1992, p. 24).

Si bien se dijo antes que, en la competencia por captar votos los contenidos retóricos de las organizaciones políticas se adecuaban al restringido tiempo imperante en la televisión, ello implicaba una contracción (abstracción) de los mensajes emitidos a imágenes y figuras a través de los cuales el receptor del mensaje accedía por vía alegórica o simbólica a sus significados. También se mencionó la pertinencia de la personalización del poder, es decir, concentrar la oferta electoral bajo un matiz presidencialista netamente. Visto de una manera aséptica, ello plantea que los electores se basan cada vez más en representaciones de sus representantes para emitir su voto.

Es decir, lo que impera es la imagen que de estos se forma la sociedad (“Jaime es como tú” en el caso de Jaime Lusinchi; “El Tigre”, como se le conoció a Eduardo Fernández; “Ese hombre sí camina”, en el caso de Carlos Andrés Pérez o “El Centauro de Sabaneta”, como se le conoce a Hugo Chávez, en todo caso se esboza una asociación simbólica que permite la recordación y relación del gobernante con alguna virtud, animal noble, sagaz o figura mitológica).

Lo anterior tiene marcadas consecuencias, entre ellas crear la atmósfera de que todo depende de un solo hombre, providencial, mesiánico, que solucionaría todo ya que nada puede funcionar sin él. Por otra parte, dado que en el contexto actual los gobiernos dependen de variables económicas internacionales, el esquema de

grandes promesas y programas de los cuales no se puede asegurar su cumplimiento pierde algo de sentido (recordemos el caso de Argentina que, a raíz de la reciente crisis económica que acabó con la convertibilidad del dólar y el peso argentino, significó que el país gaucho llegó a tener cinco presidentes en el lapso de una semana, hasta que se lograra un consenso sobre una figura que *inspirara confianza, que tuviera una buena imagen* en la población).

Debray resume esta lógica en el siguiente aforismo referido a Francia y su presidente: “El verbo y su encarnación. Un presidente de la República no es un francés eminente que habita en Francia sino un francés como otros habitado por Francia”(Debray, 1995, p. 21)

Lograr generar esa confianza pasa por, además de lograr un sentido de pertenencia de identificación, por identificar eficazmente a sus rivales políticos, plantear diferencias es vital en la estrategia electoral (vale citar en este sentido la campaña electoral de Hugo Chávez Frías, haciendo un *llamado a los patriotas bolivarianos*, con lo cual, además de crear un sentido de pertenencia, establecía un terreno de acción que, según la retórica empleada por él, calificaba automáticamente de antipatriota a todo aquel que le adversara. Esta es una estrategia muy hábil, al transferir una identificación partidista ideológica a símbolos, emblemas patrios y nacionalidad).

Detengámonos un poco más en esto. En enunciados previos se ha hablado de la naturaleza persuasiva de la retórica, más aun si se deslizan elementos de ideología política con la finalidad de crear referentes específicamente destinados a crear, a partir de imágenes o figuras retóricas, diversas significaciones (los conceptos fuzzy de Eco). Entonces bien vale indagar acerca de cuál tipo de retórica política emplea más a fondo este tipo de recurso, una raíz verdadera que ilustre el paso de la retórica hablada / escrita / simbólica a la retórica visual / icónica / simbólica que será examinada más adelante.

Quizás en donde, a lo largo de la historia, más se ha evidenciado el empleo de técnicas de retórica ideológica de manera extrema, es en los regímenes

totalitarios, fascistas o comunistas. Como lo antes expuesto abordó en algunos puntos las consecuencias del *ornare verbis* como exageración e incluso flexibilización de los significados de las palabras, incluso conjugándose en una sola, dos o más significaciones disímiles.

Cabe decir que:

...el marxismo ha llegado a ser una ideología en el mismo sentido que Marx daba a ese término: un conjunto de ideas que se relaciona con una realidad, no para esclarecerla y transformarla, sino para velarla y justificarla en lo imaginario, que permite a las gentes decir una cosa y hacer otra, parecer distintos de lo que son. (Castoriadis, 1983, p. 20).

#### **II.V La retórica de la ‘sociedad nueva’**

Resulta interesante ahondar más en este punto, dado que los tipos de regímenes arriba mencionados establecen dentro de sus prioridades la ocupación (el copamiento) de todos los intersticios de la sociedad para llevar adelante un proyecto que tiene como norte la creación de un hombre nuevo, de una nueva sociedad. En este sentido, se trata de la fusión de la ideología con la política deviniendo en una retórica amparada más en un tipo de propaganda totalitaria, ligada estrechamente con la progresión táctica que actúa en todos los planos de lo humano.

En tal sentido, La actividad deja de ser parcial y pasajera (enmarcada dentro de una justa electoral), sino de la expresión misma de la política en movimiento, como voluntad de conversión, de conquista y de explotación. Esta forma de concebir a la comunicación política la encierra dentro del esquema de la propaganda, ligada con la introducción de las grandes ideologías políticas conquistadoras (Jacobinismo, Marxismo, Fascismo) en la historia. (Domenach, 1966, p. 18).

Si bien es cierto que la comunicación política es un campo naciente dentro de las ciencias sociales, una parte de su radio de acción no podrá desligarse de la propaganda, más bien, se da, hoy en día la perversión de calificar a técnicas de propaganda clásicas como comunicación política, deviniendo, en muchos casos, en una forma elegante de llamar a la primera.

Vale recordar a Hitler a propósito de las características de los discursos retóricos contemporáneos, en donde, amén de constituirse en el fenómeno de la personalización del poder, se evidencia una apelación a emociones antes que a argumentos racionales en la búsqueda de despertar un sentido de pertenencia e identidad: La inmensa mayoría de la gente es tan femenina en lo concerniente a su naturaleza y opiniones, que su pensamiento y acción se hallan gobernados por sensaciones y sentimientos más bien que por consideraciones razonables (...) esta arma intelectual (la propaganda) se puede usar con éxito con las muchedumbres y cuando este éxito se ha conseguido, recompensa con creces lo que ha costado (Hitler, 2000, p. 72, 74).

Por consiguiente, el manejo de una retórica política se enmarca bajo una óptica heurística; es decir, se constituye en una forma de dominación de la comunicación política, basada en la construcción de realidades alternas, para cuyo fin se deben institucionalizar significaciones bajo un matiz de *conceptualización fuzzy* (Eco, 1995), en concordancia con la *institución imaginaria de la sociedad* de la que Castoriadis (1983) señala:

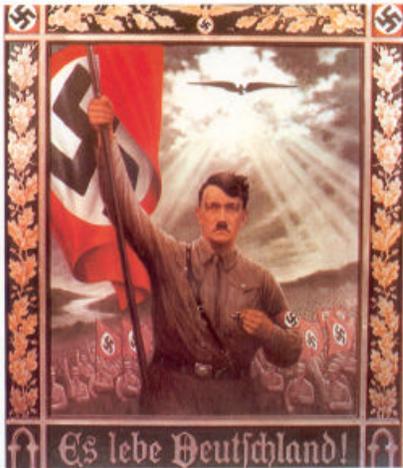
El objeto del conocimiento histórico, siendo un objeto por sí mismo, significativo o constituido por significaciones, el desarrollo del mundo histórico es ipso facto, el desarrollo de un mundo de significaciones (Castoriadis, 1983, p. 25).

Ello se refuerza con la percepción de que todo lo que se nos presenta a nivel social, se liga de manera irresoluta a lo simbólico; los actos de la vida cotidiana (trabajo, consumo, guerra, amor) así como todo lo que nos rodea sería imposible concebirlo sin un sistema de símbolos que le adjudicaran significados. En ese sentido, y relacionado con la retórica, no es de extrañar que los movimientos de

masas hayan ensayado, ya desde sus inicios, el empleo de formas alternas de retórica discursiva ideológica (desfiles, paradas, rítmicos plenos de símbolos, estandartes, etc.).

Respecto a algunas formas que comenzó a asumir la retórica discursiva ideológica de los partidos de masas, se puede entender entonces emplearan el uso de figuras simbólicas hasta imprimirles ciertas características que los asociaran con los mitos. En relación a ello Domenach establece que:

Los hombres que participan de los grandes movimientos sociales representan su acción en forma de imágenes de batallas, en las que siempre triunfa su causa. Propongo denominar mitos a esas construcciones. Estos mitos que llegan a lo más profundo de lo inconsciente humano, son representaciones ideales e irracionales vinculadas al combate, ejercen en la masa una potente acción dinamogénica y cohesiva. Las grandes propagandas beben mucho en las mismas fuentes. Las inspira una misma historia militar y revolucionaria (Domenach, 1966, p. 22).



**Ilustración 2.1:** Hitler hizo un uso muy estudiado de las técnicas de persuasión cartelística para transmitir de manera simbólica su imagen de encarnación del espíritu alemán, para ello puso el arte al servicio del estado. Este cartel de los años 30 tiene por título “Alemania Vive”; su autor K. Satuber logra una asociación simbólica emotiva que implica, por medio de la mirada penetrante de Hitler, un ‘compromiso’ entre el espectador y la nueva Alemania. (Fuente: Adam, 1992, p. 19)

En vista de que los partidos de masas apelan a un sentimiento de pertenencia, a una identificación, ¿qué formas asume esta?. En primer término, toda propuesta debe presentarse como novedosa. En este sentido, al igual que el individuo

conforma su relación con el entorno y asume una posición de acuerdo a su interacción con los demás individuos de una sociedad, el ser del grupo y de la colectividad es una situación que es definida por todos en relación a un 'nosotros', pero este nosotros es precisamente un término con muchos significados: es un símbolo. De tal manera que para completar esa identificación se parte de un componente común a todos los nacidos en un mismo país: la identidad de un colectivo se establece en el nacionalismo, con lo cual se introduce un elemento mítico en el imaginario colectivo.

Umberto Eco hace una acertada categorización de lo que denomina Ur Fascismo. A partir de ello, las relaciones entre retórica y praxis revelan que muchas de las formas de comunicación política contemporánea no abandonan ciertas prácticas fascistas que constituyen una forma de dominación, dado que plantean una alteración de la realidad a partir de un mensaje dado. El objeto de ello es persuadir; obtener una respuesta, al más puro estilo Pavloviano (es decir, una respuesta condicionada a partir de un estímulo externo tal como lo demostró Pavlov en su experimento).

Las características de un ur -fascismo se pueden agrupar en:

- Culto a la tradición.
- Rechazo al modernismo.
- Culto a la *acción por la acción*.
- Rechazo del pensamiento crítico.
- Explotación del miedo a la diferencia (basándose para ello en el temor al desacuerdo, en este sentido, es *razonable* que de ello se derive que el ur-fascismo sea racista por definición).
- El Ur-Fascismo surge de la frustración individual y social (proletarius lumpen).
- A los que carecen de una identidad social cualquiera, el Ur-Fascismo les dice que su único privilegio es el más vulgar de todos, haber nacido en el mismo

país. Este es el origen del nacionalismo, además, los únicos que pueden ofrecer una identidad son los enemigos. De Esta forma, en la raíz de la psicología Ur-Fascista está la obsesión por el complot, posiblemente internacional. Los secuaces deben sentirse asediados.

- La riqueza y fuerza de los “enemigos” es motivo de odio.
- Para el Ur-Fascismo no hay lucha para la vida, sino más bien “vida para la lucha”, la vida es un eterno conflicto de cambio (¿que no es esta la recurrente retórica de la “revolución populista”).
- Se aúpa un “elitismo popular” como base de una ideología reaccionaria. Suena contradictorio, pero la debilidad de las masas es precisamente la “fuerza” del líder.
- Se exagera el culto al heroísmo, el ur-fascista añora una muerte heroica.
- El Ur -fascista transfiere su voluntad de poder a cuestiones sexuales. Este es el origen del machismo (que implica desdén hacia las mujeres y lo relacionado con ellas), también una condena e intolerancia hacia costumbres sexuales no conformistas, desde la homosexualidad hasta la castidad.
- El Ur -fascismo se basa en un “populismo cualitativo”; los individuos en cuanto individuos no tienen derechos, y “el pueblo”, se concibe como una cualidad, una entidad monolítica que expresa la “voluntad común”. Este “populismo cualitativo” tiene en la televisión su más efectiva herramienta. Otra conclusión de ello, es la distinción política entre régimen representativo y participativo, dado que cualquier forma de representación se relaciona con corrupción y podredumbre en contra del “pueblo soberano”.
- El Ur-Fascismo habla la neo-lengua y adapta su discurso al reality show en donde la propaganda es concebida como una forma de entretenimiento / persuasión.

(Eco, 1997, p. 51-52, ejemplos del autor).

Por supuesto que cualquiera que, en posiciones de poder asuma una, varias o todas de las características citadas antes, se convierte en una encarnación de la antítesis de estadista requerido en la actualidad, y ese es precisamente el peligro mayor que debemos aprender de la tipificación que hace Eco. Sin embargo, penoso es admitir que muchas realidades políticas, en su retórica y praxis, en la actualidad se ubican dentro del ur – fascismo. “Cuando Hitler dijo que el Estado domina a la nación porque el sólo la representa, solo estaba colocando en lenguaje coloquial la fórmula de Hegel referida a la concepción del Estado en donde los individuos no son más que accidentes” (Nock, 1983, p. 30).

Esta cita viene a propósito del accionar de los movimientos de masas contemporáneos, en donde se busca aglutinar el mayor número de votos. Incluso, ya al frente de los asuntos públicos, se asumen formas discursivas que tienden hacia una concepción totalitaria de la sociedad, en donde la dominación parte de persuadir, a través de mensajes, un pensamiento crítico, reflejando ‘realidades’ a través de símbolos cuyos significados han sido enfocados según determinada óptica ideológica y siempre con un matiz heurístico. Todo este tramado comunicacional tiene un fin específico y teleológico: la consecución o conservación del poder obtenido.

Esta anulación del pensamiento crítico como forma de dominación de la sociedad tiene en el siguiente apartado su versión más escalofriante, a propósito del gran salto de la revolución de Mao Tse Tung, el mismo cita en su libro “Cinco Tesis Filosóficas” el siguiente ‘dilema revolucionario’:

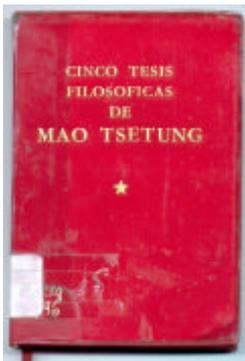
“...varios millones de intelectuales que antes servían a la vieja sociedad, han pasado a prestar servicios a la nueva sociedad. Y aquí surge el problema de cómo pueden adaptarse a las demandas de la sociedad nueva y cómo les ayudamos a conseguir este fin. Esta es también una contradicción existente en el seno del pueblo (...) ¿Cuál debe ser nuestra política con respecto a las ideas no marxistas?, en lo que concierne a los contrarrevolucionarios evidentes y a los saboteadores de la causa socialista, la cosa es fácil: les privamos simplemente de la libertad de la palabra”. (Mao Tse Tung, 1971, p. 196 y 213).

Muchos de los ejemplos anteriores se circunscriben a periodos históricos bastante trágicos y dramáticos en la búsqueda perenne de algunos hombres de ese *El Dorado* sociológico y político que es la nueva sociedad y el hombre nuevo, un argumento que, a ratos, luce como una utopía sin algún asidero formal.

Es válido acotar que, a propósito de la comunicación política contemporánea, no se trata tanto de técnicas y herramientas de persuasión y su uso vedado o no (puesto que toda comunicación, como se vio antes comporta un cierto grado de persuasión); se trata de que éstas no sean explotadas un *Flautista de Hammelin*, es decir, alguien que reproduzca en las sociedades contemporáneas latinoamericanas la metáfora del cuento mencionado.

En ese sentido, un sistema democrático auténtico debe asegurar un adecuado y eficiente sistema de pesos y contrapesos (una institucionalidad verdadera) que hagan imposible el nefasto cóctel que conjuga *el monopolio de la violencia con el de la verdad*, la comunicación política, la retórica, puede resultar determinante cuando abandona el matiz heurístico que se le suele imprimir, en caso contrario, cuando se emplea con el único fin de explotar el grado de ignorancia de una sociedad sus resultados son nefastos.

Es tiempo de examinar la lógica que encierra un discurso retórico ideológico llevado a imágenes, es decir, pasar del lenguaje escrito y hablado y como se transfieren esas figuras, esos mitos, a un lenguaje simbólico e icónico y de ello se ocupa el siguiente capítulo.



**Ilustración 2.2:** Las cinco tesis filosóficas de Mao Tse Tung, el libro rojo, se constituyó en un símbolo, esgrimido como síntesis de la revolución china. Este era exigido a todo habitante de la China comunista y de obligatoria lectura para todos. (Fuente: "Cinco Tesis Filosóficas" de Mao Tse Tung. Biblioteca de la Universidad de Los Andes. Táchira)

## II.VI Conclusiones.

En la retórica discursiva clásica se basa, principalmente cinco estadios o etapas a saber: Encontrar qué decir (Barthes 1990): Poner en orden lo que se va a decir.

Agregar el ornamento de las palabras, de las figuras. Recitar el discurso como un actor; gestos y dicción. Aprender de memoria. Una tendencia en la retórica contemporánea, encuentra su énfasis en los puntos 3 (*ornare verbis*) y 4 (gestos y dicción).

La retórica contemporánea, agotada por tratar de encontrar qué decir, solo tiene como salida el presentarse como novedosa, y por ello el énfasis notable en técnicas retóricas basadas en esos puntos. Este embellecimiento desmedido, creativo de los contenidos retóricos, escritos o hablados, tiene como resultado un discurso más grandilocuente, pero basado en agregar más significaciones a un mismo significado. Un contenido así, se ve plagado de argumentaciones que, siendo disímiles, se plantean como análogas.

Lo anterior explica que en la retórica existan conceptos que, si bien es cierto se excluyen mutuamente, la flexibilidad de la retórica puede ‘acercarlos’, es decir, se constituyen en lo que se denominan Conceptos Fuzzy (Eco, 1995), cuya significación real se pierde en la *ornare verbis*, es decir, conceptos susceptibles de *graduación*. Un ejemplo para graficar los conceptos fuzzy podría ser la significación de uno como *patria*.

De esta manera, una retórica matizada de ideología se constituye en una suerte de asignación de nuevos significados o atenuación de estos (siempre con un matiz heurístico), a palabras y códigos de comunicación. Esto conduce al discurso, y por tanto, los significados de cada una de las palabras o símbolos que le conforman, a un terreno de *conceptos fuzzy* (Eco, 1995) en donde cada alusión puede darse en un terreno que favorezca el punto de vista del emisor del mensaje.

Si se habla de que los símbolos son susceptibles de cambios en sus significaciones, y que ellos a su vez sirven para construir la realidad, entonces, el estudio de estos se constituye en el estudio de una de las formas que asume la dominación en los sistemas políticos contemporáneos; conviene recordar aquí que las conceptualizaciones institucionalizadas devienen en parte de la *institucionalización imaginaria de la sociedad* (Castoriadis, 1983).

Dado que, más allá de asignar significaciones diversas a conceptos dados, las formas de representación política se basan en un sistema de elecciones, los partidos de masas necesitan apelar a un sentido de pertenencia. De esta manera, un término como 'nosotros' gana importancia, sin embargo, este 'nosotros' es un término con muchos significados, es simbólico. Ello explica que el sentido de pertenencia tenga como punto de partida un componente común a todos los nacidos en un mismo país: la identidad de un colectivo se establece en el nacionalismo (no es gratuito que los movimientos de masas contemporáneos evidencien, en su retórica discursiva un renacimiento de la cuestión nacionalista como parte de su ideología).