

LA POLÍTICA DE LA PERFORMANACE

Omar Rincón

Resumen

No basta con gobernar con ideas, programas y partido, sin comunicación no hay gobernabilidad. Y para comunicar bien hay que tener relato, conexión con la sociedad y personaje verosímil. Y todo se pone junto en la performance de gobierno. Por eso, es la experiencia de gobierno la que comunica... bueno, si los medios y las redes digitales dejan.

Palabras clave: Gobierno; comunicación; relato; performance; política; medios.

Abstract

It's not enough to govern with ideas, programs and party, without communication there is no governance. And to communicate well we must will take into account to have a storytelling, connection with society and believable actor. And everything is put together in the performance of government. For this reason, it's the experience of government that communicate... well, if the mass media and digital networks allowed.

Keywords: Government ; communication; storytelling; performance; politics; media.

¡El relato lo es todo... en la comunicación de gobierno! Pero no basta un relato si no hay una *performance* que lo acompañe. Y esta *performance* depende del escenario (la sociedad en la que actúa), el actor (el gobernante) y la experiencia que produzca (el relato se hace permanentemente en pequeñas historias). Y, también, del papel de los medios y las redes digitales que pueden funcionar como *cheerleaders* o actores *destituyentes*.

Obama actualizó el *american dream* y dijo que el cambio era posible; las cosas le iban mal en el entretiem po, pero se mantuvo fiel a su relato y lo actuaba permanentemente; y termina como *pop star*. Mújica demostró con sus *performances* que desde los modos de abajo se puede gobernar con la sabiduría del pueblo; y continúa siendo *celebrity* de la política mundial. Francisco contó a un Jesús joven, pobre y alegre; y va siendo el ideólogo mundial del nuevo progresismo. Mientras tanto, Santos en Colombia teniendo un relato fuerte como promesa (la paz), comunica según le dé la gana a cada Ministro y según quien le hable al oído; Peña Nieto prometió una nueva telenovela (tradicional pero con nuevo casting) y otras maneras para un nuevo México, y comunica y actúa el viejo y cínico PRI; Macri propone la revolución de la alegría y termina en la regresión de la tristeza y el cinismo de los ricos; Bachelet contó otro Chile, ese que no se había podido hacer, y terminó en uno viejo y, además, corrupto; Dilma dilapidó la historia de Lula al no saber encarnar al pueblo.

El relato del gobierno parte, por lo menos, de tres inspiraciones:

- 1 **El escenario social y sus modos de sentir**, percibir y significar la realidad, la política y al gobernante; este *principio de contexto* asigna la realidad sentida y el tono a la comunicación de gobierno.
- 2 **Los atributos del gobernante** que son percibidos por los ciudadanos y los medios que determina el *principio de verosimilitud* del relato.
- 3 **El principio de esperanza** que indica que las promesas deben ser posibles y creíbles para la sociedad (el deseo público).

Una vez se tenga esta sintonía entre esperanzas de la gente, contexto social y personaje, hay que diseñar un relato verosímil (un mensaje que la sociedad quiera creer), en el tono que la sociedad sienta (autoridad, buena onda, alegría, melodrama, etc.) y simple (una sola idea con posibilidad de muchas historias). Este relato debe ser emocional, fácilmente comprensible y con muchas posibilidades de *performance*.

Es la falta de coherencia entre relato, contexto social y personaje lo que afecta la gobernabilidad de Santos, Maduro y Dilma.

El relato será potente sólo si el pueblo, la sociedad y los medios encuentran re-conocimiento en él. Así, por ejemplo, fueron los relatos los que mantuvieron en alto *rating* a Uribe en Colombia (la felicidad está en acabar con las FARC, la gente estaba harta de esta guerrilla y él era el primer soldado); a Chávez (la riqueza del petróleo es para todos, la gente estaba aburrída con la vieja política y él era el pueblo en acción); y a Lula (hay un nuevo Brasil posible, el pueblo se sentía parte de la conquista y él era ese sabio de la tribu que guiaba), etc. Por eso, es esa falta de coherencia entre relato, contexto social y personaje lo que afecta la gobernabilidad de Santos (relato potente de paz, pero un personaje ambiguo, comunicación ambivalente y contexto político adverso); Maduro (un relato débil porque solo se aferra al legado de Chávez, un contexto social hostil al que no interpela, y un personaje sin verosimilitud y ni juego político); y Dilma (un relato inspirado en Lula pero con políticas de derecha, un contexto en bronca por la corrupción, y un personaje pusilánime para tomar decisiones).

Los medios de comunicación no ganan elecciones pero determinan gobernabilidad. Y ahí aparece la estrategia.

Pero tampoco basta con tener una *performance* auténtica y verosímil en relato, personaje, actuaciones y conexión con la sociedad, si los medios y las redes se declaran en oposición. Y es que los medios de comunicación no ganan elecciones pero determinan gobernabilidad. Y ahí aparece la estrategia, pero no basta. Y no basta porque ahora los medios son actores políticos que militan en una sociedad de modelo liberal, mercados financieros y defensa del *statu quo*. Por eso, sin medios no hay gobernabilidad, o sino miren a Brasil, Argentina, Colombia, México, Perú. No basta el relato para comunicar bien, pero sin relato es imposible gobernar.



Omar Rincón

Profesor Asociado – Universidad de los Andes, Colombia.
Director de FESmedia-latin-america.

✉ orincon61@hotmail.com