

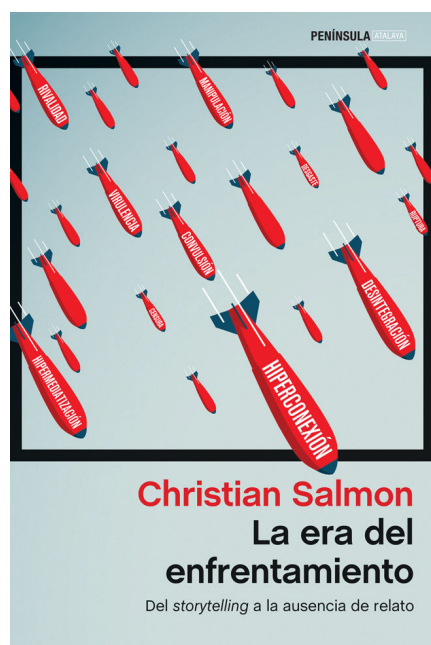


La comunicación política cambia de era. El enfrentamiento sustituye al «storytelling»

Descripción

El poder de los relatos ha servido para cautivar a los hombres de todos los tiempos y culturas. Así lo explicaba el ensayista francés Christian Salmon en el año 2008 en su libro *Storytelling*. El análisis se convirtió entonces en una suerte de biblia para el ejército de asesores y estudiosos de la comunicación política de todo el mundo. Doce años después, el autor que profetizó que los relatos harían milagros vuelve a saltar a la palestra para anunciar la eclosión de un **nuevo paradigma comunicativo**. Las historias ya no sirven. Las redes sociales y el déficit generalizado de atención han alumbrado otra era: **la era del enfrentamiento**. En ella no vence el que construye la versión narrativa más coherente y seductora, sino quien hace más **ruido** y actúa con más **violencia**. Es la era de los exabruptos de Donald Trump y del impacto irracional de las imágenes de los macroatentados terroristas.

En esta nueva era han caído los grandes relatos abanderados por las superpotencias y los organismos internacionales como la Unión Europea o Naciones Unidas. El mundo necesita hilar una trama para dotarse de sentido, pero hay quienes han descubierto que la llave del éxito es precisamente derribar esas tramas construidas por otros. Esta es la tesis principal del libro *La era del enfrentamiento*, recientemente publicado por Christian Salmon en Ediciones Península.



La era del enfrentamiento.
Del storytelling a la ausencia
de debate. Christian Salmon,
Península (Barcelona, 2019)
472 pág. 19,90 euros
(Papel), 9,49 euros (Digital)

Christian Salmon (Marsella, 1951) es una voz más que autorizada para oficiar los funerales del *storytelling*. Escritor y reconocido ensayista francés, fue el primero en lanzarse a anunciar la aparición de un **Nuevo Orden Narrativo**, y ha analizado el devenir de dicho orden en casi una veintena de libros. Su obra *Storytelling. La máquina de contar historias y formatear las mentes* ha sido traducida a una docena de idiomas.

En su nuevo libro, Salmon advierte de que el mundo ha cambiado mucho en la última década. Ahora vive sumergido en internet, donde un **imperio capitaneado por las grandes compañías tecnológicas** (las llamadas GAFAM: Google, Apple, Facebook, Amazon y Microsoft) registra y analiza el comportamiento de las personas con el objetivo de prever la mayoría de los fenómenos sociales, gracias a la inteligencia artificial (IA). **Es la era del big data**. Los algoritmos nos observan y nos informan sin cesar. Nunca se había almacenado tanta información sobre las personas, sus gustos, decisiones o sus motivaciones.

Gracias a esos algoritmos el pensamiento calculador ha penetrado, uno tras otro, en todos los ámbitos de actividad, incluida la política, y en los procesos de toma de decisiones. Así, señala Salmon, «se crea un nuevo ambiente social, autoalimentado de modo permanente por sus propios datos: **la conexión sustituye al contacto**, la interacción a la relación, la adición a la concentración y la suma de informaciones al intercambio de experiencias».

La conexión sustituye al contacto, la interacción a la relación, la adición a la concentración y la suma de informaciones al intercambio de experiencias

Hasta ahora vivíamos en un mundo complejo, presa de las pasiones humanas. Había que resolver enigmas, deshacer lo andado y recuperar el tiempo perdido. A partir de ahora, según Salmon, «el camino está señalizado». Los algoritmos nos informan, nos aconsejan, conocen nuestros deseos y necesidades y despliegan sobre nosotros un hipercontrol al margen de las instituciones tradicionales (familia, Estado, organizaciones sociales, empresas). El «Imperio de las GAFAM», como lo llama Salmon, ha impuesto el cálculo para todo, eliminado la incertidumbre, y con ello la tensión narrativa, la esencia del relato. «Todo lo que alimentaba los relatos sobre el mundo, la parte problemática de la existencia humana, ha sido absorbido, adoptado y resuelto eficazmente por los algoritmos», señala. Las ambigüedades, añade, «se han disuelto en el flujo digital del *big data*».

Tras dibujar este nuevo contexto, el autor lo sitúa junto a un creciente fenómeno comunicativo: **el discurso del odio, los mensajes que generan inestabilidad, los desafíos al sistema...** El presidente de Estados Unidos entre 2016 y 2020, **Donald Trump**, encarna como nadie este nuevo estilo que sabe despertar los viejos demonios y el resentimiento de la población, que ridiculiza a las instituciones y al *establishment* para asentar su credibilidad en el descrédito del sistema. «Trump no cuenta historias, se limita a publicar tuits rebosantes de cólera. Es el germen de todos los resentimientos, no un *storyteller* (narrador). Es un especulador, un maestro de la inestabilidad».

¡CÓLERA CONTRA CÓLERA. GRITO CONTRA GRITO!

El autor toma pie de sucesos como la reunión organizada a través de Facebook en una decena de ciudades de Estados Unidos para «lanzar gritos de desesperación con ocasión del aniversario de la elección de Trump» para emitir un diagnóstico sobre el momento histórico actual: **«una era de caos y de choques que deja poco espacio para la deliberación democrática, los relatos colectivos e incluso, simplemente, la palabra»**. El grito de los manifestantes anti-Trump era una respuesta al grito de los seguidores de Trump durante la campaña electoral del actual presidente. «Cólera contra cólera. Grito contra grito».

La victoria de Donald Trump en 2016, según Salmon, no solo constituyó una derrota para los demócratas, sino que cogió desprevenidos a todos, y «arruinó la credibilidad de los analistas y comentaristas». Nadie podía explicar lo que había ocurrido, tuviese el grado de erudición que tuviese. El acontecimiento, reflexiona Salmon, «no encajaba con ningún relato disponible».

Una era de caos y de choques que deja poco espacio para la deliberación democrática, los relatos colectivos e incluso, simplemente, la palabra

¿Por qué logró **Trump** el respaldo de la clase trabajadora? ¿Cómo consiguió que masas de obreros se arrojasen a sus brazos? El libro se refiere a una figura clave en el ascenso del presidente y de otras figuras internacionales de **actitudes populistas**: Steve Bannon, exbanquero de Goldman Sachs, asesor político de Trump e ideólogo. En una entrevista concedida a la revista *New York Magazine* en agosto de 2018, Bannon se remonta a la locura financiera de los noventa y a la crisis de 2008, que hizo añicos la credibilidad de los bancos. Regiones enteras se desindustrializaron y se disparó el desempleo y las desigualdades. La aparición del voto populista era solo cuestión de tiempo.

«Trump orquestó su resentimiento, despertó los viejos demonios sexistas y xenófobos, dio rostro y voz, visibilidad, a unos Estados Unidos desclasados tanto por la demografía y la sociología como por la crisis económica». El presidente entre 2015 y 2020, según Salmon, «hizo del odio una bandera y de la cólera, una marca con su nombre». De hecho, muchos electores le votaron pensando que no tenía ninguna posibilidad, como un mero acto de protesta. Y Trump «lanzó un desafío al sistema no para reformarlo o transformarlo, sino para ridiculizarlo».

La apuesta de Trump «se basó en una paradoja: asentar la credibilidad de su «discurso» en el descrédito del «sistema», especular a la baja con el descrédito general y agravar sus efectos». Trump no contaba historias.

Mientras **Barack Obama** ofrecía el relato épico encarnado en el «**Yes, we can**», y acabó su mandato

enrolándose como productor en Netflix junto a su esposa Michelle, con Bannon y Trump «llega el triunfo de Twitter, de la estética de la telerrealidad y de la estrategia del *big data*, que de repente ha abierto un nuevo campo, además del *mass marketing* (mercadotecnia masiva): la particularización concebida por la sociedad Cambridge Analytica –la sociedad que se encargó del uso masivo de datos personales extraídos de Facebook para personalizar los mensajes de la campaña–, con un mensaje para cada uno; por primera vez el **one to one** (uno a uno) en una campaña presidencial».

LA EDAD DEL ORO DEL «STORYTELLING»

El libro recuerda la importancia adquirida desde hace décadas por los *spin doctors*, esos asesores de comunicación de los presidentes y líderes mundiales que trabajan en la sombra para modificar las percepciones de los ciudadanos. La confusión entre las fronteras entre realidad y ficción, y la conversión de los representantes políticos en auténticos personajes, protagonistas de proezas y hazañas sin cuento, es obra de estos modeladores de la comunicación política, cuya actividad dejó incluso sin contenido ideológico a los políticos, afanados en construir tramas y relatos admirables y apoyados en las nuevas técnicas del *marketing* y la comunicación.

Así, tras décadas de predominio de la imagen se pasó a las historias. «No bastaba con ver, había que hacer creer», considera Salmon. En la era de las historias, los *storytellers* lograron ganar terreno a los propios militantes y mandos de los partidos y reorientar políticas. «El *storytelling* se convirtió en la ideología espontánea de todos los actores del tablero político». **La guerra de los relatos reemplazaba al debate de las ideas.** Las campañas se convirtieron en duelos de historias, ganados por el candidato cuya historia conectaba con un mayor número de electores.

La campaña de Obama, por ejemplo, se propuso volver a dar crédito a la función presidencial con su mensaje central: **la esperanza en un cambio creíble**. Y logró «construir un gran relato político a partir de la biografía de Obama, en consonancia con la historia de Estados Unidos». El propio Obama afirmaba que «nunca habría llegado a presidente si no hubiera entendido la importancia de las historias al principio de mi carrera». **La presidencia de Barack Obama, según Salmon, «pasará a la historia como la edad de oro del *storytelling*».**

El *storytelling* se erigió como «una respuesta a la crisis de sentido en las organizaciones», como «una herramienta de propaganda», «un mecanismo de inmersión y el instrumento para establecer el perfil individual, así como una técnica de visualización de la información y una temible arma de desinformación». Se convirtió, en suma, en la panacea universal.

Pero, para el autor, «la promiscuidad misma de la idea de relato ha cavado su propia tumba. El *storytelling* para todo ha producido el descrédito de la palabra pública. Tras haber creado un entorno favorable a la producción y la difusión de las historias, las redes sociales han segregado una especie de incredulidad generalizada, de sospecha.

Así como la inflación monetaria arruina la confianza en la moneda, la inflación de historias ha arruinado la confianza en el relato y en los narradores».

El análisis de Salmon establece que **la crisis de 2008 no fue solo financiera, sino también narrativa**. Hizo estallar la burbuja financiera, pero también la burbuja de relatos. La distancia entre la experiencia directa de las personas y los relatos oficiales arruinaron su credibilidad.

Además, han ido cayendo las mediaciones tradicionales (medios de comunicación, partidos políticos, asociaciones, sindicatos...). Y «la aceleración de los intercambios en las redes sociales y su inestabilidad» han creado las condiciones de «una verdadera guerrilla de relatos. Sus medios consisten en la provocación, la transgresión y la competencia. Se está desarrollando una cultura del enfrentamiento comunicativo».

«CONMOCIÓN Y PAVOR»

La campaña de Trump en 2016 interrumpió la carrera de relevos que mantenían los sucesivos candidatos por apoderarse del relato público. Steve Bannon, el estratega de Trump, «no se molestó en contar una historia. Su estrategia, posnarrativa, se inspiraba en la doctrina militar puesta en marcha durante la invasión de Irak en 2003: *Shock and Awe* (Conmoción y pavor)». Se trata de una estrategia encaminada a paralizar al enemigo anulando toda percepción del campo de batalla mediante la potencia del fuego.

Y es que, para Salmon, «cuando la palabra política y el debate público han perdido toda credibilidad, la única manera de existir en los medios de información consiste en encadenar las provocaciones y las transgresiones. El relato, que exige cierta continuidad para desarrollar los giros y desvíos de una intriga, ha cedido el lugar a los enfrentamientos virales. A partir de ahora, viralidad y rivalidad, virulencia y violencia, enfrentamiento y guerra de relatos van de la mano». En el ruido de las redes sociales, el «*myth maker* (hacedor de mitos) cede su lugar al *buzz-maker* (hacedor de ruido)».

El relato, que exige cierta continuidad para desarrollar los giros y desvíos de una intriga, ha cedido el lugar a los enfrentamientos virales

«Ya no estamos en los tiempos del relato, que supone dominar la agenda y construir secuencias coherentes. Ahora un tuit hace olvidar el anterior. Se impone la lógica del enfrentamiento y sustituye a la construcción narrativa, tal como la transgresión reemplaza a la intriga», señala el autor. Esta lógica del enfrentamiento permanente «acaba devorando la narración de la política». **Se trata ahora de crear un impulso inicial que genere una reacción en cadena**, poner en marcha una acumulación de *likes* o *retuits*, de forma que las máquinas de Google las observen y las repitan, «creando entonces un verdadero vórtice mediático, como un fenómeno de aspiración capaz de atraer y devorar la atención de cientos de miles de internautas al instante».

De ahí el éxito de los discursos del odio y la rápida circulación de toda clase de rumores y teorías de la conspiración. De ahí la difusión de «choques incoherentes y espectaculares que polarizan y acrecientan la inestabilidad de los intercambios: insultos, pullas, *fakes* (falsedades), *boaxes* (fraudes)...

De ahí también el crédito de personajes como Trump, quien se apoya precisamente en el descrédito del sistema. Las *fake news* se han convertido en sus manos en un arma contra los medios de información oficiales.

En esa pira funeraria donde arde desde hace una década el crédito de instituciones, del sistema financiero, de la clase política y de sus grandes relatos, el autor coloca también el crédito de los regímenes políticos occidentales, inmersos en muchos casos en una crisis de soberanía. Esa

soberanía se ejerce mediante la potencia efectiva para actuar y mediante un dispositivo de representación, que va desde la capacidad para acuñar moneda hasta la simbología del Estado (protocolos, rituales, ceremonias, imagen).

Sin embargo, en la actualidad, «la pareja constituida por el poder y su dispositivo de representación se ha roto en dos: por un lado, un poder sin rostro, una burocracia anónima; por el otro, hombres de Estado desarmados. Por una parte, poderes sin rostro (bancos, mercados financieros, agencias de calificación, organizaciones transnacionales, a los que están vinculados los Estados); por la otra, caras impotentes».

PÉRDIDA DE SOBERANÍA

En este sentido, las grandes organizaciones supranacionales, como la Unión Europea, han asumido un alto poder ejecutivo en la gobernanza de los estados miembros, y han colocado a los países que las forman en una situación de pérdida de soberanía, y a sus líderes políticos los ha privado de numerosos poderes efectivos, reduciéndolos a la condición de personajes que atraviesan los contenidos de los medios de comunicación.

Ante la reducción de competencias de los Estados y el dominio que sobre su política tienen agentes como las agencias de calificación, son muchos los líderes que han resuelto recargar el dispositivo de representación que exhiben en los nuevos espacios de legitimación: las cadenas de información 24 horas, los medios de comunicación en línea y las redes sociales.

«Desde la crisis de 2008, todos los gobiernos padecen de descrédito. El ejercicio del poder consiste también en saber gestionarlo. Para captar la atención no basta con relatar una buena historia. Hay que crear y mantener una forma de suspense, sincronizar el tiempo político y el tiempo mediático, controlar las imágenes, hacer la «pedagogía del cambio», un cambio que en realidad no depende del gobernante que lo propone.

En este sentido, **Salmon hace un recorrido por varios de los Estados de la Unión Europea** como Italia, Grecia o Francia, al compás de acontecimientos como la elección del primer ministro italiano, Matteo Renzi, en el año 2014, la victoria de Emmanuel Macron en Francia, en 2016, o el referéndum celebrado en Grecia en junio de 2015 frente a los recortes impuestos al país por la Unión Europea.

Tanto Renzi como Macron hicieron del *storytelling* un pilar fundamental de su actividad política, construyendo relatos para recuperar la credibilidad perdida por sus respectivos Estados, relatos que finalmente saltaron en pedazos. El caso griego es algo distinto: Salmon recorre un episodio vivido en primera persona, cuando el referéndum al que el gobierno sometió los recortes impuestos desde Bruselas se convirtió en una prueba para la legitimidad de la Unión Europea, para el relato sobre la bondad de sus políticas y de sus instituciones.

En ese momento, desde la UE se reaccionó frente a la negativa griega con «una guerra especulativa, financiera y digital que empleó las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para desacreditar, intoxicar, confundir, crear epidemias de pánico y desestabilizar un poder supuestamente soberano», el del pueblo griego.

«Era una guerra de medios asimétricos. Por un lado, la burocracia de Bruselas, con sus cabilderos, sus corresponsales de los grandes medios de información europeos y sus poderosos gobiernos,

dotados de medios de propaganda incomparables con los de un país pequeño como Grecia; por el otro, un pueblo y un Estado que en ese combate parecía extrañamente desarmado, desprovisto de toda soberanía, que solo tenía sus valores, su coraje, su dignidad, para oponerse a una Europa que los había olvidado», subraya Salmon.

La crisis griega sirvió, a juicio del autor, «para arrancar la máscara de urbanidad y de cortesía a la Unión Europea». En adelante nadie podría ignorar que esta se comportaba «como un imperio con sus miembros debilitados, reducidos a la condición de Estados vasallos». De ahí el éxito de eslóganes como *Recuperemos el poder en Grecia*, germen de otros lemas rupturistas de la unidad europea como el *Take back control* que derivó en el *brexít*.

LA HORA DE LA REVANCHA

El libro concluye con una metáfora. «La zona cero del relato» es el título de la última parte, y una imagen gráfica del estado actual del hasta ahora incuestionable *storytelling*.

Como prueba última de su ocaso, el autor repasa **la estrategia de comunicación de los grupos terroristas** que han asolado los países de Occidente desde los inicios del siglo XXI.

El poder de actos terroristas como los atentados contra las torres gemelas de Nueva York, la matanza de la revista *Charlie Hebdo* en París o los vídeos con ejecuciones cinematográficas utilizados por Al Qaeda va más allá del hecho violento en sí. En realidad, se trata de un «desafío narrativo dirigido a desviar no aviones, sino lo máspreciado por nuestras sociedades hipermediatizadas: la atención humana y su adhesión a los relatos que la captan».

El verdadero poder de un acto terrorista, según Salmon, «es su capacidad de perturbar el discurso público (mediático) », derivado de su carácter inexplicable, indescifrable. En esta guerra vence el que logra destruir el relato dominante, y de ahí que el foco esté puesto en **desestabilizar el relato que había servido para la legitimación de las potencias occidentales**. «Lo que ahora enciende la cólera de las masas –dice Salmon– es el poder de decir “no” a las verdades establecidas».

Así, la guerra simbólica del terrorismo global es similar a la guerra contra el *establishment* de los líderes populistas de todo el mundo. Es una rebelión contra el relato dominante. «Ha empezado una nueva era política», subraya Salmon en el epílogo del libro. Y en esa era, los líderes como Donald Trump han permitido a miles de ciudadanos descontentos con el sistema y sus historias concederse «una revancha histórica».

Fecha de creación

15/12/2020

Autor

Marta Sánchez Esparza