

**COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL EN ACCIÓN.
NARRATIVAS PRESIDENCIALES
Y MITOS DE GOBIERNO**

de Mario Riorda y Omar Rincón,
Buenos Aires, Biblos, 284 págs.

ABELARDO DEL PRADO

Universidad de Rosario / Universidad de Entre Ríos
/ CONICET

La obra considerada aquí forma parte de la colección Cuadernos de Comunicación, compilada conjuntamente por la Asociación Latinoamericana de Investigaciones en Campañas Electorales y publicada por Biblos bajo la dirección de Mario Riorda, configurando un gran compendio teórico y aplicado de cómo distintos gobiernos han intentado imponer sus soluciones a los problemas colectivos en América Latina durante los últimos tres lustros.

El mito de gobierno vuelve a la producción de Riorda, luego de haberlo utilizado en sus trabajos *Los mitos de gobierno, una visión desde la comunicación gubernamental* (2006), *Gobierno bien pero comunico mal* (2008) y *Comunicación gubernamental 360* (2013). En este caso de la mano de Omar Rincón, donde el politólogo cordobés coordina una obra que busca describir al mito como instrumento de transmisión

de valores y de construcción de gobernabilidad presente en estas latitudes.

Dentro de las investigaciones de comunicación política iberoamericana, el mito como construcción teórica para describir y analizar la comunicación gubernamental se ha ido consolidando dentro del campo, tanto así que fue incorporado en el diccionario enciclopédico de comunicación política escrito en colaboración por reconocidos académicos del habla hispana. Introducido por Murray Edelman en *La construcción del espectáculo político*, el mito es una herramienta de la comunicación gubernamental que permite crear consensos, en tanto que vincula al ciudadano con el gobierno y lo hace sentir parte de él, estructurando así la creación social de sentido en torno al accionar del Estado. El mito político, en tanto elemento útil como construcción de sentido, es tratado por los autores en

el mismo sentido que Girardet, es decir, como un sistema de creencias coherente y completo, como parte constitutiva de la comunicación política de un gobernante, constituyéndose incluso en lo que Rincón llama *políticos-medios* (p. 73), donde el gobernante es el medio, es el mensaje y la suma de toda la comunicación. Debe resaltarse en este sentido que, en anteriores trabajos, Riorda hizo especial hincapié en que la comunicación política en el presente estado debe partir de un marco teórico de fuerte utilidad aplicativa, apuntando a la «gubernamentalidad» (*governmentality*), entendiendo a la misma como el aporte de técnicas y racionalidad para los gobiernos, constituido por instituciones, procedimientos, análisis, cálculos y tácticas que permiten ejercer el poder.

Enmarcada en esta idea de utilidad aplicativa se desarrolla la primera parte que lleva el nombre de «Pre-textos» y se compone de tres capítulos: «El mito político y su aplicación en la comunicación de gobierno» por Mario Riorda y Caroline Ávila; «Y el mito se hizo carne: organización y preservación del mito de gobierno» de Mario Riorda y Marcos Roggero, y finalmente «El gobernante es el medio: mitologías presidenciales» a cargo de Omar Rincón.

En los pre-textos tenemos la construcción conceptual de la centralidad del mito de gobierno, como así también el planteamiento de antecedentes y, valga el juego de palabras, la desmitificación de

los mitos de la política. En ese sentido, el libro antagoniza desde el primer párrafo con la idea de que el poder está en los medios y que a mayor cantidad de pantallas ocupadas mayor poder. Los medios no son el poder, son su *cheer leader* con suerte, sostienen introductoriamente. El verdadero poder está en otra parte, en el relato, en el mito político (p. 16).

Ahora bien, se preguntará el lector ¿por qué tanta centralidad, tanto poder atribuido a esta herramienta? Riorda y Rincón sostienen que se debe a que el mito de gobierno es un instrumento simbólico, que de ser utilizado de forma regular y constante en la construcción de sentido social y político, es efectivo en la creación del consenso social y por tanto de la legitimidad del gobierno. Asimismo, es la herramienta que resuelve el paso de la comunicación electoral a la de gobierno. Esta última tiene un objetivo y una naturaleza cualitativamente opuesta a la primera: generar consenso. Si la comunicación gubernamental no actúa bien no hay consenso, si no hay consenso las políticas públicas del gobierno se ven en jaque, lo que redundará en dificultades para buena gestión. En palabras más simples: no se puede gestionar bien y comunicar mal.

Es importante aclarar aquí que el mito de gobierno no es una mera amplificación distorsionada de los productos del gobierno y cómo son presentados, sino que guardan relación más o menos direc-

ta con el referente empírico aunque de manera cualitativa relativiza las situaciones y acontecimientos. Esto es, no puede sino que debe existir verosimilitud en el relato del gobierno, es fundamental que la racionalización y justificación permitan legitimar las acciones del gobierno.

La publicidad gubernamental, es el medio por el cual un gobierno democrático intenta hacer explícitos sus propósitos u orientaciones a un amplio número de personas, para obtener su apoyo respecto de tales políticas públicas. A lo largo de la obra se insiste una y otra vez sobre ello: la comunicación aquí no es un vacío, ni una mera burbuja demagógica, por el contrario comunicar es en parte fundar la realidad, haciéndola propia, modificándola en un todo de acuerdo con la estrategia. Un gobierno debe gobernar con políticas públicas no con eslóganes y spots. La administración de turno debe dar cuenta su norte estratégico, mostrar un rumbo general del gobierno que permita a los ciudadanos vislumbrar el futuro deseado, quienes precisan comprender los temas clave que ocupan un lugar en la agenda, así como sus motivaciones. Aquí el mito de gobierno funciona entonces como una amalgama de las distintas políticas y otorgándoles una razón, una dirección y una presentación como conjunto de buenas razones para creer y legitimar las autoridades de turno.

El desafío de construir un mito de gobierno no es fácil, sin embargo, construir

un modelo de itinerario socialmente aceptado debe representar el pasado y presente de un país (esquema que puede ser trasladado a provincias, regiones o ciudades), en tanto implica a su vez el nexo con un futuro deseado, como forma de activar una sociedad. Su alcance persuasivo y argumental no es ilimitado, sino que se circunscribe a los ámbitos de lo verosímil, lo plausible y lo probable. En este contexto, Riorda y Rincón afirman que la estrategia óptima de una buena comunicación gubernamental se edifica en comunicar paralelamente una dosis del ejercicio del día a día y otra dosis asociada a un proyecto general de gobierno.

La segunda parte, titulada «Mitologías nacionales» concentra los análisis de los colaboradores de la obra. Comienza con dos estudios del mito de gobierno de las administraciones Kirchner en Argentina: «Matices de un relato con pocos matices: comunicación gubernamental en los gobiernos kirchneristas» por Damián Fernández Pedemonte y «El candidato es el proyecto» de Rocío Annunziata.

Asimismo otros mitos basados en la patria y la revolución son tratados para los casos de la Bolivia de Evo Morales, el Brasil de Luiz Inácio Lula da Silva, el Ecuador de Rafael Correa y el socialismo del siglo XXI de Venezuela, y las inadecuaciones de mitos/gestión para el caso de México, Perú y Chile bajo el mandato de Sebastián Piñera. Mitos centrados en

la persona del presidente, como «Mujica, el presidente más pobre del mundo» para analizar el caso uruguayo, «La buena imagen de Danilo Medina y la poca construcción simbólica del mito de gobierno» para el caso de República Dominicana y «Del mito de la guerra al mito de la paz: la comunicación entre Álvaro Uribe y Juan Manuel Santos» para el estudio diacrónico colombiano.

Dieciséis autores elaboran un mapa de cómo se construye la gobernabilidad a través del mito de gobierno. No son un simple elenco o club de autores con una sola e inequívoca visión del mito de gobierno, sino guías de cómo han sido

distintos mitos exitosos aún dentro de la vasta diversidad política del continente.

Esta obra se presenta como evidencia en cuanto a una herramienta de gubernamentalidad para reducir las tensiones irresolubles entre las demandas de la ciudadanía y la posibilidad de respuesta de los gobiernos; una forma de comunicación simbólica, que en su uso regular y constante en la construcción de sentido social y político es una fuente generadora de consensos. Por su recorrido teórico, por el alcance explicativo de los casos presentados y por su utilidad práctica para el ejercicio de un buen gobierno este libro se presenta con destino de lectura obligatoria.