

IMÁGENES, IMAGINARIOS Y NUEVAS NARRATIVAS EN CONTEXTOS DE CRISIS

Images, imaginaries and new narratives in crisis contexts

Villar Hernández, Paz (Ed.) (2021) *Retóricas negativas: la desinformación de derecha radical y su cobertura mediática*, Valencia, Tirant Humanidades, pp. 225

Daniel H. Cabrera Altieri

Universidad de Zaragoza
danhcab@unizar.es

“Trump, sostiene Jean-Francois Forgel, fue la revelación de la potencia de la desinformación. Él demuestra que se puede hacer comunicación sin la verdad como algo imprescindible” (*El periodismo ante la desinformación*, Fundación Gabo, 2021) Desde su elección, con *affaires* como Cambridge Analytica, el uso indiscriminado de twitter, etc, la desinformación -con sus fenómenos aledaños de pos-verdad y *fake news*- se ha convertido en el tema de la comunicación y la política.

Aristóteles definía la *Retórica* como “la facultad de teorizar lo que es adecuado en cada caso para convencer” por lo que “puede establecer teóricamente lo que es convincente en, por así decirlo, cualquier caso que se proponga”. Para ello la *Retórica*, divide esa capacidad de persuadir en el análisis del talante del orador (“el mayor medio de persuasión”), por el discurso (por su verdad) y por la predisposición del público

“cuando éstos son movidos a una pasión por medio del discurso. Pues no hacemos los mismos juicios estando tristes que estando alegres, o bien cuando amamos que cuando odiamos” (Libro I, 1356a, 15)

Aristóteles introduce un profundo análisis de las pasiones humanas como parte de la ciencia de la retórica centrada en la verdad del discurso para convencer pero también presenta muy claramente la posibilidad de discursos centrados en la pasión y la emoción. En ese caso habla de *conmover*. La desinformación escapa de la verdad para centrarse en una política de las emociones y las pasiones. Esto no significa que nos sumemos a la versión reduccionista que ve en la desinformación un fenómeno retórico político simple que consistiría en producir contenidos falsos y hacerlos circular por los medios. Por el contrario, se trata de una realidad mucho más compleja.

La desinformación se instala en las tres partes de la retórica en el discurso, el orador, es decir, medios de comunicación y líderes políticos, y el oyente, o sea, los públicos, todos ellos enlazados en un mundo de creencias sociales compartidas. Ese enlace tiene la forma de un bucle de propaganda permanente (*Network propaganda* Robert Faris, Hal Roberts y Yochai Benkler). En un sentido el rizo comienza por el público que busca confirmar sus creencias con mensajes de los medios y obtener así una visión “verdadera” de la realidad. Los medios utilizan favorablemente a determinados líderes, y estos entregan una narración que confirma la visión del público. Pero el bucle gira y continúa porque el líder busca ser visible con información favorable y el medio entrega las noticias y la opinión de los líderes. Todo ese conjunto de creencias se convierte en fragmentación y polarización social. Entonces, las pasiones analizadas por Aristóteles se convierten en un elemento fundamental como base de las creencias que parecen unir a oradores y oyentes en un sistema complejo de comunicación digital.

El presente libro plantea un muy interesante análisis de la desinformación desde los discursos de la derecha radical de España, Italia y Francia. Con especial atención a la dimensión retórica y a la importancia que los partidos radicales otorgan a los medios.

Comienza caracterizando de manera muy clara el fenómeno del “populismo y la derecha radical” en el ámbito europeo presentando su evolución y sus efectos (Pablo Oñate, pp. 21-49). El discurso “anti-” de la derecha radical da lugar al título del volumen “retóricas negativas”. Entre ellas, se analiza el discurso anti-medios de comunicación a través de los ataques del partido Vox a la prensa española y se proponen algunas soluciones (Beatriz Gallardo Paúls y Salvador Enguix Olíber pp. 51-83). Además, se estudia comparativamente el contenido de la prensa radical de derechas de Italia y España y sus diversas metáforas como la política y la economía como una guerra o la pandemia como una perturbación atmosférica

(Elena Carpi, pp. 85-105). Se analizan comparativamente los encuadres: textual, interactivo, y enunciativo desde los titulares de la prensa de las elecciones generales de 2019, donde Vox irrumpió con fuerza en la política nacional española (Ana Mancera Rueda y Paz Villar Hernández, pp. 107-139). La derecha radical francesa se presenta a través del análisis de las estrategias retóricas para construir un “nuevo” partido político por parte de Marine Le Pen con “una imagen más presentable” a pesar de no haber cambiado en nada su ideología (Lorella Sini, pp. 141-154). El análisis del discurso radical de Vox en Twitter manifiesta una “España” definida por su concepto étnico ligado al nacionalismo patriótico, el anti-elitismo, autoritarismo y conservadurismo histórico (Joan M. Oleaque Moreno, Nel-lo Pellisser y Magda Pellicer Lázaro, pp. 155-178). La misma red social se estudia desde las cuentas del líder italiano Matteo Salvini y el español Santiago Abascal para analizar los contenidos implícitos en sus tweet en el contexto de la emergencia sanitaria del COVID-19 (Rosa María García Jiménez, pp. 179-192). Por último, la prensa escrita española antes del éxito electoral de Vox en las elecciones andaluzas es investigada desde el concepto de “densidad inferencial” en referencia “a la cantidad de inferencias en las que se apoya un texto por referencia a mil palabras” (Beatriz Gallardo Paúls y Sonia Madrid Cánovas, pp. 193-225). Este volumen contribuye de manera inteligente y oportuna a la interpretación del fenómeno de la desinformación con respecto a la comunicación radical de derecha.

En *La Personalidad Autoritaria*, Adorno sostenía que la hipótesis que guiaba la investigación era “que las convicciones políticas, económicas y sociales de un individuo forman con frecuencia un patrón amplio y coherente, como si estuvieran unidas por una “mentalidad” o “espíritu” y que este patrón es expresión de profundas tendencias de su personalidad” (p. 153). El ascenso e instalación de partidos con características fascistas en el corazón de la democracia hace urgentes estudios sistemáticos como el presente donde las pasiones aristotélicas, la memoria del fascismo y el nuevo sistema de medios digitales colocan a la sociedad frente a la necesidad de análisis pausados de las palabras e imágenes que componen nuestro imaginario social. A ello contribuye este excelente libro.