
MURO FRONTERIZO: UNA DISCUSIÓN EN 140 CARACTERES

Sandra Baltazar

La declarada tendencia de rechazo por parte de Donald Trump hacia la población latinoamericana y, particularmente, hacia el pueblo mexicano, es quizá uno de los temas más sonados en la agenda global y, desde luego, en el área de comunicación política sociodigital.

A lo largo de su campaña, Donald Trump sostuvo una opinión negativa acerca de los inmigrantes mexicanos y enfatizó la construcción de un muro fronterizo entre México y Estados Unidos, indicando, además, que será México quien pague por el muro. Todo este discurso de campaña fue divulgado también por el –entonces– candidato en su perfil de la red sociodigital Twitter, canal por el cual, Enrique Peña Nieto, presidente de México, aprovechó para resaltar que no será México quien pague por el muro. Y así comenzó la discusión entre pequeños y sustanciosos discursos de 140 caracteres.

Ana Mancera y Ana Pano, dos investigadoras de la Universidad de Sevilla, especialistas en el análisis del discurso y autoras del libro *El discurso político en Twitter. Análisis de los mensajes que trinan* proponen, entre otras categorías, tres ejes que resultan atractivos y aplicables al discurso utilizado

por Donald Trump para referirse a la construcción del muro fronterizo entre Estados Unidos y México.

1. El carácter ambiguo o doble carácter

Desde la propuesta de Mancera, “El uso de palabras y expresiones vagas o semánticamente equívocas es un aspecto prototípico del discurso político, especialmente cuando el tema del mensaje es delicado o puede traer consigo consecuencias negativas para el candidato... En el discurso político predomina también el uso del eufemismo, por el que una palabra negativa se sustituye por otra neutra o positiva, debilitando o anulando las implicaciones negativas de la primera. Como es sabido, el discurso político suele utilizar técnicas de ocultación mediante las que el hablante intenta eludir la responsabilidad de lo dicho... se trata de un mecanismo recurrente sobre todo en épocas de crisis.”

Tras la visita de Donald Trump a México, el candidato republicano sostuvo ante el público estadounidense que será México quien pagará por el muro fronterizo. Ante este hecho, Enrique Peña Nieto respondió:



Seguendo la línea de Mancera y Pano, el discurso de Enrique Peña Nieto, “México jamás pagaría por un muro”, anula la implicación negativa que significa para México la construcción de un muro fronterizo. Sin embargo, el término “pagaría” deja la puerta entreabierta a las suposiciones de la posible participación de México en la construcción del muro más polémico del continente americano.

Para Mancera, “Los mensajes breves, instantáneos y directos, típicos de Twitter, exigen en general una respuesta rápida que evite poner en apuros al candidato en cuestión. Para ello los candidatos recurren a estrategias de mitigación y a un lenguaje evasivo o ambiguo que al tiempo que ofrecen una respuesta, permiten salvaguardar la imagen del candidato o la de su partido.”

2. El carácter polémico relacionado con la construcción de un adversario

Mancera apunta que, una práctica muy frecuente en Twitter es el live twetting, es decir, la publicación de tuits, que como crónicas en directo, retransmiten determinados eventos, en este caso, el debate o el mitin. Se trata, pues, de mensajes que recogen las

declaraciones de los principales candidatos en las que destaca, como en los ejemplos, la presencia del yo político comprometido con sus propuestas e implicado personalmente en la campaña.

En Twitter, el político puede dejar fuera de la conversación ciertos temas, pero como un debate cara a cara, difícilmente podrá permanecer en silencio. En las redes sociales esa actitud puede tener consecuencias negativas para su imagen, sobre todo porque en este contexto lo importante es promover el diálogo constante con los electores.

Como respuesta a Enrique Peña Nieto en Twitter, Donald Trump fue, nuevamente, enfático: “México pagará por el muro”.

El discurso que refuerza la construcción de un muro, refuerza, además, la imagen del candidato y el mensaje de campaña que manejó desde el inicio de su candidatura. Con discursos directos y precisos, Trump dejó claro en todo momento su postura ante este tema. Por su parte, Enrique Peña Nieto mantuvo la postura de que México no pagará por un muro.

3. La intención agitadora cuando se persigue convencer por medio de la persuasión y la seducción

Para Mancera y Pano, “El discurso político busca conseguir una reacción positiva en el destinatario haciendo que éste se adhiera al emisor y a su propuesta. Para conseguir este objetivo, convencer a los electores, el político recurre a distintas estrategias relacionadas con la persuasión... y la

apelación al intelecto de los ciudadanos, pero también a tácticas basadas en la seducción o apelación a las emociones de los mismos. En el primer caso suele recurrir a estrategias argumentativas, mientras que en el segundo se apoya más bien en la llamada de los sentimientos”.

En este sentido, ambos actores políticos mantuvieron discursos coherentes con la postura política que representan. En el caso de Donald Trump, la apelación a las emociones en el discurso político en Twitter es clara: “Serán los mexicanos quienes paguen por el muro fronterizo”. Los mexicanos que, como en otras ocasiones ha mencionado, “están matando a los estadounidenses”. Por su parte, Enrique Peña Nieto apela al intelecto de los mexicanos y sostiene, con firmeza, que México no pagará por un muro...

Firmeza que, sin duda, será importante sostener más allá de 140 caracteres y de cara al nuevo rostro de la presidencia del vecino país del norte.

REFERENCIAS:

Ana Mancera y Ana Pano, El discurso político en Twitter: Análisis de mensajes que “trinan”, Barcelona, Anthropos Editorial, 2013

Sandra Baltazar es Maestra en Comunicación política por la UNAM. (@Sannds)