

DEL DICHO AL HECHO HAY MUCHO TRECHO

Por : Aaulfo Manjarrés Mejía

 Aaulfo Manjarrés Mejía   @ufomanjarrés



Es común ver el fracaso en las gestiones ejecutivas de gobierno de personajes públicos que previo a la elección ocuparon cargos de concejal, diputados o congresistas en los que se destacaron con críticas a los alcaldes gobernadores y presidentes de turno. En esa misma línea han estado gerentes de entidades, líderes de opinión y periodistas que han sobresalido en el seguimiento de gestiones gubernamentales a través de herramientas de control social pero cuando han llegado a ocupar cargos de ordenación de gasto han resultado un completo fraude. Para ocultar su ineptitud, unos y otros apelan a estrategias de las que he señalado previamente en otros escritos como el adoctrinamiento, el manejo burocrático y la magia de la palabra.

Desde la antigüedad el discurso ha tenido el poder para construir y reproducir ideologías; igualmente para justificar el abuso de poder. Sin embargo, en la contemporaneidad se ha incrementado su influencia con el uso del internet y las redes sociales, enquistándose como cultura estratégica, reinventando a la oratoria como un arma de control social; así como, un método efectivo para la manipulación ideológica y la técnica para encubrir nefastas ejecuciones de gobierno.

Entre los actuales líderes políticos y gobernantes del país sobresalen algunos que cuentan con una extraordinaria capacidad para embaucar a crédulos ciudadanos con palabras y promesas irrealizables. Estos especímenes son genios que logran movilizar y mantener el respaldo popular, aunque sean ínfimas o nulas sus ejecuciones de programas y proyectos para el bienestar general. Pululan por todas partes personajes que tienen el poder para mantener una actitud, creencia, opinión y una acción favorable a sus intereses logrando el respaldo a sus proyectos políticos aun cuando los únicos beneficiados hayan sido su bolsillo y su ego. ¿Cómo lo logran? Para ellos fácil, mediante la difusión de discursos que logran impactar a los receptores



manipulando su conocimiento, actitud e ideologías.

Muchos de esos grandes oradores cuentan con poca o nula capacidad de ejecución de sus promesas en campaña, esto a consecuencia de que su real interés es lograr el triunfo recitando elocuentemente discursos programados con cargas psicológicas respecto "a lo que su auditorio de turno quiere escuchar" y no dirigido a la satisfacción de las necesidades de las comunidades basadas en la ejecución de obras, programas y/o proyectos con suficiente análisis de respaldo técnico, presupuestal o jurídicos para su realización. La retórica se queda en eso, violando el principio pro electoratem o principio a favor de los electores, además del principio democrático a consecuencia que no se garantizan las ejecuciones en cumplimiento de los fines del Estado.

Sin nombres para no despertar a las manadas de hienas pendientes de atacar a quien trate el tema, pero se pueden identificar personajes que a través de su discurso y su poder persuasivo generan reacciones en las comunidades, medios de comunicación, actores violentos, protagonistas políticos e incitan a la desobediencia civil cuando se les pregunta por la ejecución de las promesas de campaña. Al contrario de consumir sus promesas ocultan su ineptitud, corrupción, egolatría y manejo burocrático contratando entidades, ONG's y/o medios de

comunicación para que les entreguen premios, los pongan a puntuar en las encuestas o les convierta en víctimas de persecución. Esta indolente estrategia también hace parte del discurso, pero del oculto.

Al pueblo es pertinente recordarle que en Colombia existe el voto programático dispuesto en el artículo 259 de la Constitución Política. En esta norma se impone la obligación para gobernadores y alcaldes a dar cumplimiento al programa que presentaron ante la Registraduría al inscribirse como candidatos lo que indica que es el compendio de acciones esbozadas en su discurso, por ende, tiene el deber de ejecutar las promesas hechas en las tarimas, reuniones, mítines y que fueron planteadas en los programas de gobierno posteriormente convertidas en Planes de Desarrollo.

Esta exhortación crítica busca develar la estrategia del discurso como un instrumento para transmitir y reproducir la ideología de quienes tienen o buscan el poder, pues hasta la fecha, pocos han entendido que hay un divorcio claro entre el discurso y la realidad entendiendo que la relación que se establece es cada vez más lejana contribuyendo a la expansión de la desigualdad y la injusticia social al convertir a la palabra como hecho suficiente de gestión, desviando la atención de las exigencias del desarrollo de programas, proyectos y obras que impacten positivamente a las comunidades.

Con el conocimiento de estas acciones tratemos de instruir a las comunidades para que participen activamente del control social desde las propuestas en campaña, pues muchas veces los aspirantes a ocupar estos cargos de elección popular hacen promesas en la plaza pública que luego no incluyen en

documentos serios como parte de su propuesta de acciones y de ejecutorias que desarrollarán y de resultados que obtendrán si son elegidos cuestionando a los candidatos de donde saldrán los recursos y cómo van a ejecutar lo que prometen. Por su parte, un amigo me dice que va a grabar los discursos de campaña para demandar su incumplimiento o promover una revocatoria de mandato. Cada cual que haga lo que en democracia se permita.

Cuando ya estaba por dar punto final a este artículo, sale la noticia de la polémica alocución de un candidato a la presidencia que promete bajar el costo de los arriendos de viviendas. Pregunto, no habrá mayor desaceleración económica con esta propuesta pues se dejará de impulsar la construcción afectando indirectamente más personas de las que se pretenden ayudar. A mi entender los gremios de la construcción, proveeduría de materiales, alimentación y demás se afectarán, quedo pendiente para ver como hace el mago.

Este ejemplo nos permite comprender los recursos de manipulación a través del discurso, pues el orador esbozó la propuesta en un auditorio donde no había gremios de construcción o inmobiliario. Es ese lugar tuvo el elocuente orador la oportunidad que le permitió controlar y dominar con la fuerza de las palabras a los receptores. Es clara entonces, la habilidad de oratoria y manejo de masas, por eso este escrito pretende advertir a los participantes del debate para que se cambie la tendencia actual en las elecciones a realizar en los meses de marzo y mayo próximos, para que antes de votar recuerden el refrán popular “del dicho al hecho, hay mucho trecho”.