



XIMENA JARA

GONZALO SARASQUETA

editores

FANTASMAS DE PALACIO

ESCRITORES DE
DISCURSOS PRESIDENCIALES
EN AMÉRICA LATINA

Editorial Biblos

FANTASMAS DE PALACIO

Escribir palabras para que sean dichas por terceros ha sido siempre un asunto secreto, o casi. Lo supo Cyrano, lo saben los compositores de baladas y lo saben los biógrafos anónimos. Escribir discursos no es la excepción.

A través de pasillos, vaivenes públicos y tramas políticas de siete países, estas historias particulares, resultados de su propio contexto y época, nos dan en conjunto una idea general de aquello que constituye hacer comunicación política en América Latina con las particularidades específicas de la región.

Este libro recoge las experiencias de quienes escribieron discursos a Vicente Fox, José Mujica, Michelle Bachelet, Juan Manuel Santos, Rafael Correa, Mauricio Macri y Lula da Silva, y persigue, a lo largo y ancho del continente, un misterio: quiénes son los fantasmas que escriben para los presidentes en América Latina, cómo llegan a hacerlo, de qué manera se organizan y cuál es el hilo invisible que los conecta. De estas experiencias comparadas, podemos colegir varios secretos de palacio y poner un primer

peldaño para la discusión regional sobre el quehacer del escritor político.

Ximena Jara. Periodista chilena, profesora de Comunicación Política y Discursos en el Instituto de Asuntos Públicos de la Universidad de Chile. Directora y socia de Factor Crítico. Fue jefa de contenidos y *speechwriter* durante la campaña y el gobierno de la presidenta Michelle Bachelet en su segundo mandato. Fue jefa de contenidos del proyecto de comunicación ciudadana el quintopoder.cl, de la Fundación Democracia y Desarrollo, del expresidente Ricardo Lagos Escobar.

Gonzalo Sarasqueta. Investigador asociado del Instituto de Ciencias Políticas y Sociales (ICPS) de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). Sus líneas de investigación son relato político, *storydoing*, discurso, redes sociales y comunicación visual. Director y profesor del Posgrado en Comunicación Política e Institucional de la uca, del Curso de Narrativas Políticas y del Curso en Imagen, Oratoria y Discurso Político de la UCA. Es doctor *cum laude* en Ciencias Políticas por la Universidad Complutense de Madrid (UCM), España. Tiene una Maestría en Periodismo por la Universidad de Barcelona (UB), España, y Columbia University, Estados Unidos, y una Maestría en Análisis Político por la ucm. Ha colaborado en diferentes medios de comunicación: *La Nación*, *Clarín*, *TN*, *Perfil*, *Infobae*, *El*

Estadista, Panamá y La Vanguardia de España, entre otros. Ganó la beca internacional Visitor Leadership Program (IVLP) del Departamento de Estado de Estados Unidos. Obtuvo el primer premio del concurso PH Day de la Facultad de Ciencias Políticas de la UCM.

XIMENA JARA y GONZALO SARASQUETA
Editores

FANTASMAS DE PALACIO

Escritores de discursos presidenciales en América Latina

**Ángel Becassino - Julieta Herrero - Yolanda
Meyenberg Leycegui - Matías Ponce - Carlos Proaño
Monsalvas - Omar Rincón**

Editorial Biblos

Índice

Cubierta

Acerca de este libro

Portada

Agradecimientos

Presentación, *por Ricardo Lagos*

Capítulo 1. Abriendo la caja negra de la comunicación política, *por Ximena Jara y Gonzalo Sarasqueta*

Capítulo 2. A la sombra de los atriles (o algo parecido a un marco teórico), *por Gonzalo Sarasqueta*

Anatomía del personaje

Ingeniería del relato político

Sobre crisis, rutinas y cisnes negros

No se nace: se hace

Referencias bibliográficas

Capítulo 3. Michelle Bachelet: reformas estructurales para enfrentar la desigualdad, *por Ximena Jara*

Ojos de videotape

Quién lo hubiera pensado

Chile cambió: la campaña

La desigualdad

Gestionar para narrar

Sala de máquinas

La decisión

Oficio de narrar, oficio de votar

Referencias bibliográficas

Capítulo 4. Lula, presidente de la palabra, *por Carlos Tiburcio*

Gobierno y discurso

La mayor y más grave crisis política

Texto escrito e improvisado

Método y experiencias

Un caso ejemplar

Anexo 1

Anexo 2

Anexo 3

Anexo 4

Referencias bibliográficas

Capítulo 5. Mauricio Macri: la voz del cambio, *por Julieta Herrero*

De alcalde a presidente

Conociendo al candidato

La creación de una oficina de discurso

El rol del presidente

El corazón de la narrativa

La integralidad de la comunicación

El discurso y las crisis

Una profesión especial

Referencias bibliográficas

Capítulo 6. Ecuador: Rafael Correa, lo conceptual por encima de lo retórico, *por Carlos Proaño Manosalvas*

Conociendo al personaje

El día a día

La ingeniería del relato

La simbiosis entre el relato biográfico y el relato de la gestión

Los públicos y los canales

Discurso offline (territorio y medios de comunicación) con el discurso online (redes sociales)

El discurso, la opinión pública y las crisis

Los faros

Referencias bibliográficas

Capítulo 7. Santos: entre el estratega y el poeta, *por Omar Rincón y Ángel Beccassino*

La estrategia Santos, por Ángel Beccassino
Juan Carlos Torres, el poeta de Santos (2010-2017)
Las claves de escribir discursos políticos
Referencias bibliográficas

Capítulo 8. Como te digo una cosa, te digo la otra: el desafío de completar los discursos de Pepe Mujica, *por Matías Ponce*

Pepe Mujica: un desafío para cualquier comunicador
La matriz discursiva de Pepe Mujica
Su estrategia de comunicación y prensa
Un encantador de audiencias: los canales de comunicación y sus públicos
Aprender de las crisis, los faros y el modelo de comunicación de Mujica
Referencias bibliográficas

Capítulo 9. México: los artífices del discurso de Vicente Fox Quesada (2000-2006), *por Yolanda Meyenberg Leycegui*

El personaje
La ingeniería del relato
Los públicos y los canales
El discurso, la opinión pública y las crisis
Los faros
Un apunte final
Referencias bibliográficas

Epílogo. A modo de cierre: cuatro especificidades sobre ser *speechwriter* en América Latina, *por Ximena Jara y Gonzalo Sarasqueta*

1. No es un camino al estrellato
2. Es un trabajo sin continuidad
3. Intimidad sin moraleja
4. De la grandilocuencia a las emociones cotidianas

Las autoras y los autores

Créditos

Agradecimientos

Agradezco a todas las personas que colaboraron en este proyecto, que se sumaron con entusiasmo a una empresa colectiva, como es siempre la de escribir discursos.

A Gonzalo, por proponer la idea y perseguirla, por ponernos plazos perentorios que más de una vez rompimos.

A mis socios, Enzo y Marcela, por las horas de escritura que le robé a la pyme.

Agradezco a Jimena, Daniela, Natalia, Rafael, Magglio, Daniel, Pascual, Carlos, Xavier, Mauricio y Marcela por ser el equipo increíble que permitió esta historia desde adentro.

A Francisco Javier Díaz, que me enseñó buena parte del oficio con su ejemplo. Al presidente Ricardo Lagos Escobar, por sus observaciones y la presentación de este libro y, obviamente, a la presidenta Michelle Bachelet, por darnos la oportunidad, el privilegio y la alegría de trabajar con ella en uno de los gobiernos más transformadores de Chile.

Agradezco a mis padres el amor y apoyo desde siempre y para siempre. A mi abuela y su fantasma perfumado; a Gabriel, mi *partner*, mi amigo y mi amor, y a mis hijas,

Matilde y Alma, que tuvieron que compartirme con estas páginas y sus reuniones, y que crecerán para leerlas.

Ximena Jara

Muchas gracias por editarnos, Lucía Chicatún. Sin tu criterio, rigurosidad, compañerismo y cariño, este libro hubiese sido imposible. ¡Siempre sacando la mejor versión!

¡Gracias, Ximena Jara! Ideas, buena energía y generosidad: todo lo que se necesita para hacer un libro. ¡Vamos por más!

A mi mamá, por fomentarme la sensibilidad y la sonrisa; a mi papá, por inculcarme -en silencio- el valor del sacrificio y la pasión por la lectura.

A mis hermanos de sangre, Nacho y Luis, por la incondicionalidad. A mis hermanas y hermanos de la vida: Ignacio Di Giano, Cecilia Mateos, Gastón Domínguez, Javier Rouillet, Tomás Curti y Lucía Patronelli, por empujar cuando se dudaba.

Y a todas las personas que forman parte del camino. Como siempre digo: la convicción es de uno, pero el empuje es colectivo. Familia, amigas, amigos y colegas, cada una y cada uno aportó lo suyo. Acá van algunas y algunos: Gabriel Colomé, Javier Muñoz Soro, Universidad Católica Argentina (UCA), Instituto de Ciencias Políticas (ICPS) de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), Patricio Thompson, Fernando Dopazo, Susana Alcaide, Aime Vázquez, Rocío Ames, Daniel Ivoskus, Consultora Borgen, Adriana Amado, Federico Rey Lennon, Justo Maselli,

Samantha Olmedo, Ana Calderón, Vera Noguera, Rocío Flamenco, Fausto Sarasqueta, Maite Sarasqueta, Daniela Musicco, Juana Sarasqueta, Paula Garretón, Federico Castilla, Ana Moix, Isabel Curti, Delfina Gnecco, Tatán Castilla, Charo Castilla, Ana Doria, Manuel Carlino, Maria Grazia, Álvaro Di Giano, Francisca Di Giano, Tomas Sarasqueta, Ignacio Sarasqueta (h.), Ricardo Chicatun, María Ángeles Borrone, Matías Castellanos, Santiago Patrouilleau, Martina Ferrero, Pablo Adamo, Ignacio Ayechu, Diego Rey, Sole Nardelli, René Palacios, Horacio Nápoli, Luciano Petrecco, Ian Vignale, Lourdes Puente, Susana Ramírez, Cecilia Serravalle, Francisco Martínez, Joaquín Simiele, Marco Meloni, Gabriela Avendaño, Lucía Ramírez, Astrid Reyna, Victoria Rouillet, Santiago Pezzotti, Federico Canzani, Germán Gómez Bustos, Juan García, Jorgelina Eliggi, Constanza Eliggi, Juan Ignacio Estévez Rubin de Celis, Rocío Sétula, Maxi Lemos, Carolina Amoroso, Amalia Eliggi, Pablo Di Giano, Santiago Carrara, Carla Migliore, Soledad Guarnieri, Virginia Eliggi, Marcela Pons, Emmanuel Fernández, Carla Ruotolo, Juan Pedro Brolese, Carolina Collado, Adrián Vázquez, Francisco Blanco, Juan Francisco Chirido, Mercedes Uranga, Daniel Ivoskus, Antonio Mazzoni, Wenceslao Odriozola, Pedro García López, Susana Alcaide, Inés Calderini, Gabriel Eliggi, Marcelo Sarasqueta, Sebastián Folino, Luciana Balbuena, Fernando Pujol, Luciano Zaffiro, Felipe González Arzac, Pablo Defelitto, Sol Armenti, Mariana Grassi, Martín Rocca, Lucía Medina, Francisco Tomaghelli, Luciano

Petrecco, Juan Pedro Bourdin, Gonzalo Oviedo, Juan Ignacio Irigoyen, Francisco Albarracín, Aristides Galimberti, Lucas Delfino, Guido Martelli, Fernando Cárdenas, Delfina Sanda, Manuel Garriga, Josefina Bolado, Ignacio Buisán, Guillermo Piovano, Fernando Torres, Mariano González, Marcos Simiele, Augusto Chicatun, Victoria Morchon, Mercedes Rodríguez, Lucía Fernández Gentili, José Luis Fabeiro, Luciana Tito, Federico Granillo.

Gonzalo Sarasqueta

Presentación

Ricardo Lagos

Se cuenta, en círculos políticos, que el expresidente de Estados Unidos Ronald Reagan, el instaurador de la *reaganomics*, conocía bien cómo maximizar los beneficios también en materia gubernamental y, periódicamente, evaluaba el desempeño de sus encargados de comunicaciones de acuerdo con cuántas apariciones obtenía *mister President* encabezando los noticiarios televisivos en *prime time*.

Esta historia, además de retratar al personaje, demuestra hasta qué punto la comunicación es consustancial a la política. Temido u odiado, *soft power* o *hard power*, el gobierno, sobre todo en democracia, es un ejercicio de docencia, *performance*, seducción y contacto entre las autoridades y sus representados.

El presidente de la República es el primer comunicador y esta tarea es, en términos absolutos, indelegable. Porque es el responsable de las decisiones y porque es quien primero está llamado a explicarlas.

Y, sin embargo, los *speechwriters*, los asesores, cumplen una función crítica en los palacios de gobierno. Quienes me acompañaron durante los años de mi presidencia decían que no era fácil tratar de escribirme. Que, a menudo, me quedaba con un par de frases sobre las cuales construía un mensaje que no se parecía al borrador que más de una vez me entregaron. Para mí, delegar las palabras no fue posible del todo. Pero construimos, con los asesores, formas de apoyarnos mutuamente. Más de alguna vez, ya cansado, probablemente, un jefe de asesores se limitó a ponerme una o dos frases que me sugería insertar en algún lugar del discurso.

Porque, más importante que la escritura de cada palabra o punto, es la construcción de un relato a partir del cual es posible desplegar una ruta de gobierno que sea comprensible para los ciudadanos, que son los verdaderos mandantes.

Hacer inteligibles los actos de las autoridades no es simplemente un gesto amable de los gobernantes ante las personas; es un modo de rendir cuentas sobre un ejercicio que, en democracia, jamás puede ser arbitrario o ajeno al control popular.

Es en el lenguaje y sus diferentes registros donde ese encuentro entre gobernantes y gobernados se cristaliza. Es en los discursos, en las intervenciones del presidente o primer ministro, que encontramos no solo información sobre el ejercicio del gobierno, sino prueba del carácter, el

temple o la sensibilidad de quienes nos gobiernan, frente a los más complejos trances históricos.

Este libro va, precisamente, sobre esos discursos y esos momentos históricos, pero en América Latina. Sobre esa relación invisible y única en la que se trenzan palabras que ayudan a gobernantes específicos a explicarse ante sus mandantes, honrando así el funcionamiento de nuestras democracias.

CAPÍTULO 1

Abriendo la caja negra de la comunicación política

Ximena Jara y Gonzalo Sarasqueta

Empecemos con un ejercicio sencillo. Dejen el libro (o la tableta) por un momento, pónganse el traje de encuestador, salgan a caminar y, a la primera persona que se crucen, pregúntenle: “¿Tú sabes quién redacta lo que dice nuestro presidente todos los días?”. Si lo ignoran, podemos concluir el trabajo y regresar a este párrafo. Si la respuesta es: “Él mismo”, también podemos finalizar la labor (sabiendo que la sentencia es errónea). Y si el dictamen es “otra persona” o “un asesor”, repliquemos: “¿Quién exactamente?”. Hay 99% de posibilidades de que les digan: “No sé”.

¿Por qué escribir un libro sobre escritores políticos en América Latina? Principalmente, porque la sociedad sabe poco -o nada- sobre la cocina de la palabra presidencial. Todos escuchamos diariamente las declaraciones de la máxima autoridad. Forma parte de nuestras rutinas. Es una melodía (o un ruido) permanente que determina nuestras

vidas. Cada frase impacta en el quehacer cotidiano, en las compras del supermercado, en la relación con nuestros primos que votan a la oposición, en el precio del celular, del papel de esta página o del Uber que nos vamos a tomar mañana. Sin embargo, a pesar de esta evidente incidencia, son pocos los que están al tanto de que esas ideas fueron elaboradas por “tal sociólogo”, “tal abogado” o “tal politólogo”.

Muchos ciudadanos se decepcionan cuando se enteran de que los conceptos que salen de la boca de su presidente fueron concebidos por un tercero. No les parece sincero o ético. Para ellos, todo lo que dice el político debería ser *craneado* por él mismo. De lo contrario, estaríamos frente a un “ventrílocuo”. Un impostor, alguien que finge y esconde su pensamiento. O un portavoz: una persona que se pronuncia en nombre de otra, generalmente con una jerarquía superior.

El problema es el tiempo, ese recurso no renovable que en política se agota cada vez más rápido. La agenda de cualquier Poder Ejecutivo está saturada de apremiantes. Todo es imprescindible. Los tiempos muertos, aquellos espacios vacíos de actividad, son una reliquia del siglo xx. Recordemos que, en las democracias actuales, el presidente debe comunicar las decisiones que configuran el bienestar público, pero también todas aquellas vinculadas a su esfera privada: pareja, hijos, comidas, música, series, mascotas, etcétera. La intimidad es un asunto de Estado. Y aquí aparece la virtud de un líder moderno: distinguir lo

importante de lo impostergable. Hay que elegir, de eso se trata. El poder lo otorga el “no”. Saber desechar. En este escenario colmado de cuestiones urgentes, aparece el *speechwriter*, quien se encarga de modelar las exposiciones públicas. Por eso, los equipos son cada vez más trascendentales. Para que exista una comunicación personalizada, precisa y fluida, la parte operativa debe estar bien cubierta.

Existe una abundante literatura sobre el papel de los *ghostwriters* o *speechwriters* en el mundo anglosajón. Las publicaciones se dividen en dos grandes familias de estos: los autobiográficos y los académicos. En los primeros, los mismos escritores políticos repasan sus vivencias, rememoran anécdotas, exponen sus metodologías de trabajo y brindan algunos secretos (no muchos) para desenvolverse en el oficio; en los segundos, investigadores universitarios o independientes sistematizan el conocimiento y aportan un procedimiento para ejercer la profesión. Asimismo, los medios de comunicación de Europa, Australia, Canadá o Estados Unidos les dedican cotidianamente bastantes caracteres a estos personajes que se mueven detrás de las bambalinas del poder.

En Latinoamérica no sucede lo mismo. Si bien hay manuales de escritura política¹ de calidad, no existe un trabajo -de escala regional- que aglutine las experiencias de estas personas que les ponen verbo a las máximas autoridades. Este libro apunta en esa dirección. Es un modesto aporte a esa biblioteca. Un material para

enriquecer el oficio. Una excusa para abrir el debate. Una publicación para sacar a la profesión de la categoría “tabú”.

Este trabajo contiene un marco teórico, siete estudios de caso y un epílogo donde se vertebran algunas conclusiones. En el apartado inicial, ofrecemos un breve recorrido por el concepto de *speechwriter*, donde explicamos las diferencias con su semejante, *ghostwriter*, y citamos a varios pioneros en la materia. Luego, se aborda el proceso de conocimiento del personaje, la rutina laboral y los problemas frecuentes con los que se enfrenta un redactor de discursos. Acto seguido, se ahonda en la ingeniería del relato político. ¿Cuáles son las variables que debemos tener en cuenta al momento de construir una narrativa de gobierno? Ahí se desgranán cinco ingredientes: la trama, el guion dicotómico, la estructura temporal, el *ethos* presidencial y el repertorio simbólico. Para cerrar, se alumbran las competencias para enfrentar una crisis y se aconsejan libros, podcasts, películas y series que pueden servir de insumo para un escritor de discursos políticos.

Ximena Jara inaugura los casos de estudio con el segundo gobierno de Michelle Bachelet (2014-2018). Como jefa del equipo de discurso, relata el camino que recorrió para encontrar el tono pedagógico de Bachelet, el lenguaje sencillo para llegar a toda la ciudadanía y la épica en torno a tres grandes transformaciones: las reformas educativa, fiscal y constitucional. También recalca la necesidad de establecer determinados hitos -los primeros cien días, las

cuentas anuales, los discursos de fin de año, la promulgación de leyes emblemáticas, etcétera- que ordenen temporalmente la gestión y, en simultáneo, capten la atención social. Ximena deja una frase que sintetiza la búsqueda incesante de cualquier *speechwriter*: “Hay en el liderazgo de cada gobernante una especie de señalética, un repertorio, una historia personal y un acento que permiten intuir palabras, estilos, preferencias. El resto es riesgo: ensayo y error”.

El segundo testimonio es el de Carlos Tiburcio, coordinador del equipo de discursos de Luiz Inácio Lula da Silva en los períodos 2003-2005 y 2006-2010. Un caso interesante, ya que -para el momento en que salió este libro, septiembre de 2022- el dirigente del Partido de los Trabajadores (PT) tiene chances concretas de volver al poder si supera a Jair Bolsonaro en las elecciones de 2022. Luiz Dulci, ministro de la Presidencia, fue el encargado de marcarle la dirección discursiva al grupo que conducía Tiburcio. Participación social, gobernabilidad social, espontaneidad, emotividad, cercanía y rigurosidad en los datos, la retórica y la gramática fueron los lineamientos de Dulci que, antes de que llegara cualquier texto a las manos del presidente, revisaba minuciosamente cada pieza. Gestionar un capitalismo extremo como el brasileño, buscando ampliar la justicia social y el desarrollo convergente, fue la espina dorsal de la narrativa petista. Así, Tiburcio y su equipo produjeron más de 1.420 discursos durante los ocho años de gobierno. Dicha

intensidad se debió a que, según el *speechwriter*, había que disputarles la hegemonía a los medios de comunicación, unos de los principales adversarios del proyecto político de Partido de los Trabajadores.

Positividad, futuro y cercanía fueron los tres ejes que representaron la narrativa del cambio de Mauricio Macri en la Argentina. Julieta Herrero, encargada de la Dirección General de Discurso, desglosa el “nuevo ciudadano” trazado por el consultor político Jaime Durán Barba y al que aspiraba persuadir con este relato político. Una subjetividad liberal, conectada a la red, desatada de las estructuras tradicionales de representación (sindicatos, partidos políticos, Iglesias, etcétera), abierta al mundo y con nuevas causas como el medioambiente, el género y el animalismo. Además, destaca los esfuerzos que hicieron para que, más allá del canal comunicacional utilizado y las vicisitudes de la coyuntura, el mensaje fuese compacto. La indexación del nivel táctico con el nivel estratégico. Que la comunicación diaria tenga congruencia con la huella histórica que se pretende dejar.

En el caso de Rafael Correa, uno de sus escritores, Carlos Proaño Manosalvas, cartografía la mutación del eslogan electoral “Volver a tener Patria” al eslogan gubernamental “La Patria vuelve”. El adversario comunicacional fue la “partidocracia”: el sistema viejo, las fuerzas tradicionales, los líderes que no supieron resolver los problemas de Ecuador. Esta disputa agonal fue revestida por una retórica sencilla, clara y directa. Atrás quedaban el tecnicismo, la

grandilocuencia y el tono formal. Todos los esfuerzos estaban puestos en la esencia del mensaje, no en su “envoltorio”. Y los conceptos cardinales eran diseñados por el propio Correa, que redactaba la mayoría de sus alocuciones. La función del *speechwriter* era replicar dichas ideas directrices en otras presentaciones menos relevantes o formatos. Pero el itinerario discursivo era elegido siempre por la máxima autoridad. Para cerrar, Carlos recuerda el acrónimo que aconsejaba Correa al momento de tipear: “Come Poco”. ¿Qué significaba esto? “códigos correctos, MENSAJES claros, POSICIÓN definida y coherencia en la acción”.

Juan Manuel Santos arribó a la Casa de Nariño con el porcentaje de votos más alto de la historia de Colombia: 69,5%. Los consultores Omar Rincón y Ángel Becassino inspeccionan la ruta discursiva del exministro de Defensa y, en paralelo, cómo se distanció de su predecesor Álvaro Uribe. ¿Las razones? El restablecimiento de los lazos diplomáticos con la Venezuela de Hugo Chávez y la apertura del diálogo con las Fuerzas Armadas Revolucionarias Colombianas (FARC) y el Ejército del Pueblo (EP). Todos estos posicionamientos políticos ocasionaron la ruptura entre los dos antiguos socios. Por otra parte, Becassino realiza una radiografía de Juan Carlos Torres, abogado especialista en relaciones internacionales y ciencias socioeconómicas y principal pluma de Santos. Frases cortas, párrafos breves, sencillez y contundencia

fueron parte del estilo que le imprimió este asesor a la máxima autoridad del país.

Matías Ponce ilumina la narrativa del gobierno de José Mujica (2010-2015). Una historia que encandiló desde a la CNN hasta al rey de España. La historia de un exguerrillero tupamaro que, después de abandonar la vía revolucionaria, llegó a la máxima investidura de su país y vive en una chacra humilde en las afueras de Montevideo, rodeado de perros, gatos y naturaleza. Matías describe el rol reactivo – en vez de proactivo– que desarrolló la oficina de comunicación en la que él trabajó. Porque Mujica fue el propio hacedor de sus discursos, lo que generó espontaneidad, titulares y grandes impactos en la agenda pública, pero también algunas crisis, como consecuencia de la improvisación, en las que había que hacer control de daños. “La coherencia interna es uno de los requisitos de toda exitosa estrategia de comunicación; Mujica las cumple a rajatabla. Hay una historia de vida que es real y que se trae a colación de manera permanente en el discurso político”, señala Ponce.

Después de setenta y dos años de hegemonía del Partido Revolucionario Institucional (PRI), Vicente Fox, miembro del Partido de Acción Nacional (PAN), ganó las elecciones en 2000 y llegó a Los Pinos. Yolanda Meyenberg, directora del equipo de contenidos, reseña cómo se erigió la trama del cambio. ¿En qué consistió esta épica? En terminar con una era marcada por los abusos de poder, el paternalismo y la corrupción, y abrir una nueva época signada por la

apertura democrática, la libertad de expresión, la prosperidad económica y la modernización de México. Para cerrar, Meyenberg deja una interesante lista de autores que la inspiraron para realizar su trabajo: Efraín González Luna (fundador del PAN), el economista indio Amartya Sen, el filósofo Isaiah Berlin y el Premio Nobel Octavio Paz.

Como epílogo, Ximena Jara hace una lectura pormenorizada de los casos analizados y detalla cuatro especificidades del *speechwriter* en América Latina: no es un camino al estrellato, es un trabajo sin continuidad ni certezas, se desarrolla una intimidad sin moraleja y, en los últimos años, la grandilocuencia fue reemplazada por las emociones cotidianas. Compendia Ximena:

Gracias a las redes sociales, nunca los dirigentes políticos habían estado más cerca de las personas, a un clic de distancia. Eso marca formas de hablar crecientemente más personales, más íntimas, en las que la épica no es siempre el heroísmo sino a menudo la ternura, la humanidad o la claridad en las ideas que se expresan.

Este trabajo viene a sincerar una profesión en América Latina. A sacarla del palacio y ubicarla donde se merece: de cara a la opinión pública. En una época donde todo - viajes, comidas, amores, intimidades, etcétera- se trasluce en las redes sociales, sería una injusticia que este oficio quedase en el sótano de la democracia. Es un humilde intento de abrir la caja negra de la comunicación política, donde el *speechwriter* descansa junto a otras prácticas como el *big data*, el financiamiento de las campañas electorales y el *lobby*. Y también pretende brindarles una

brújula a todos aquellos que quieran dedicarse a la escritura política. Una especie de “manual”, concebido por experiencias, teoría, ejemplos y, sobre todo, equivocaciones. Porque no hay una receta o un algoritmo mágico que garantice el impacto de una frase o la memorabilidad de un párrafo. No. Prueba y error, la única fórmula. El camino se construye andando. Como la política. Como la democracia. Como la vida misma.

1. Por ejemplo, *Palabra y poder: el manual del discurso político*, el libro publicado en 2011 de Yolanda Meyenberg, autora del capítulo sobre Vicente Fox en este volumen.

CAPÍTULO 2

A la sombra de los atriles (o algo parecido a un marco teórico)

Gonzalo Sarasqueta

El hombre ensayaba su exposición en voz alta. Alrededor flotaba un silencio imponente. En un principio, no lo quiso cortar. Pero sus veintisiete años y arrogancia fueron más fuertes. Y lo interrumpió con una leve corrección sobre las líneas que estaba diciendo el político. Sorprendido por la presencia de un tercero, al que no había visto, el orador detuvo su práctica, se acercó lentamente al joven y, con un tono amable pero contundente, le dijo a centímetros de su rostro: “¿Me estás diciendo que tengo que cambiar mi línea favorita del discurso?”. El escritor novato pensó -con razón- que había desperdiciado una gran oportunidad profesional.

Los protagonistas de esta escena son John Favreau y nada menos que Barack Obama. El encuentro fue cuando el demócrata empezaba a desandar su camino hacia la Casa Blanca. Probablemente ninguno de los dos sabía que era el

inicio de un “maridaje” profesional que duraría años y quedaría a la altura del que entablaron figuras míticas como Franklin D. Roosevelt y Raymond Moley o John F. Kennedy y Ted Sorensen. El político y su retórica. El presidente y su voz. El líder y su fantasma.

¡Sí, los escritores fantasma existen! Desde George Washington, al que Alexander Hamilton, James Madison y John Jay le escribieron su discurso de despedida (Lim, 2008), hasta Michelle Bachelet, a quien -como veremos en las páginas siguientes- Ximena Jara le redactaba sus intervenciones, la mayoría de los mandatarios posee una pluma escondida. Muchas de las frases que tallaron nuestra historia contemporánea están pensadas por hombres o mujeres que permanecieron en las sombras, lejos de las luces de la opinión pública. Como recomendaba el Informe Brownlow en Estados Unidos, allá por 1937, personas que puedan aliviar el trabajo de la máxima investidura y tengan “pasión por el anonimato”.

Con la llegada de los medios de comunicación masiva en el siglo xx, el tiempo se fue acortando para los presidentes. Estos ya no contaban con el espacio suficiente para pensar, ordenar y redactar sus propios discursos. La exposición pública aumentaba y la agenda apretaba. Se extinguía el paradigma del político-escritor, cuyo máximo exponente fue Winston Churchill, ganador incluso del Premio Nobel de literatura. Los líderes comenzaron a “tercerizar” cada vez más la escritura y, en paralelo, se fue sincerando el oficio del redactor de discursos ante la opinión pública. Fin del

tabú y cambio de paradigma, del *ghostwriter* al *speechwriter*.

Con la llegada de internet, las redes sociales y el prosumidor (aquel que consume y produce mensajes a la vez), la comunicación política avanzó sobre la esfera privada. Como asevera el filósofo Byung-Chul Han (2013) en *La sociedad de la transparencia*, ya no hay afuera: todo se sirve en el debate público. La intimidad es una reliquia. Para la ciudadanía, los atributos personales son tan o más importantes que los ideológicos. Los mandatarios tienen que postear hasta su ocio dominical en Instagram. Tal demanda de exhibición dificulta -quizá más que nunca- el espacio de reflexión. Todos los esfuerzos y recursos (tangibles e intangibles) están a disposición de la vidriera fugaz de las plataformas digitales. No hay tiempo para un proceso de trabajo intelectual en primera persona. Imaginar hoy en día a un mandatario sentado en su escritorio, sumergido en sus pensamientos y escribiendo su estado de la Unión es una quimera.

Ante el tsunami informativo que enfrentamos diariamente, es necesario especificar y profesionalizar los roles. Solo pensemos en la cantidad de material -publicitario, político, social- que nos impacta por minuto a través de nuestro teléfono inteligente. Según la web Statista, durante 2021, en tan solo sesenta segundos, se subieron 500 horas de videos en YouTube, se compartieron 695.000 historias en Instagram, se enviaron 69 millones de mensajes por WhatsApp y Facebook Messenger, y se

descargaron 5.000 aplicaciones de TikTok. Nunca en la historia de la humanidad se generaron tantos datos. Por eso, William Gavin (2011), *speechwriter* de Richard Nixon y Ronald Reagan, sostiene que en cualquier equipo ejecutivo es imperiosa la división de tareas. El desafío es gestionar de la mejor manera esa circulación constante de mensajes y conservar el poder performativo de la palabra política, su capacidad transformadora. Así lo explica:

El público es bombardeado con mensajes de todo tipo, comerciales, institucionales, gubernamentales, además de la televisión por red y por cable, la radio, internet y los diversos dispositivos de telefonía celular que se han convertido en necesidades de la vida diaria para muchos. En ningún momento de la historia la palabra hablada o escrita ha sido sometida a un desafío más grande que ahora, cuando en todas partes donde miramos hay una imagen que nos dice más que las palabras. (Gavin, 2011: 13)

En este contexto signado por la infodemia,¹ es preciso identificar la tarea del redactor de discursos. Porque es habitual que se lo confunda con un agente de prensa, un *research assistant* o un *community manager*. Quizá puede desarrollar en algunas ocasiones estas funciones, pero su principal trabajo es construir la narrativa que desplegará el gobernante para proyectar su gestión. Ahí debe focalizar su intelecto. Claro que este quehacer de orden estructural (la identidad de la administración) tiene que estar en diálogo con el nivel coyuntural (lo que sucede día a día). Son dos tipos de escritura: la estratégica y la táctica, la planificada y la imprevista, la histórica y la cotidiana. Conjugar esas