

# LA RETÓRICA COMO HERRAMIENTA DE OBEDIENCIA Y MANIPULACIÓN POLÍTICA

## RHETORIC AS A TOOL FOR POLITICAL OBEDIENCE AND MANIPULATION

Jesús Víctor Alfredo Contreras Ugarte  
Universidad Complutense de Madrid (España)  
jescon01@ucm.es

### Resumen

La retórica ha sido fundamental en la esfera política a lo largo de la historia, siendo una herramienta eficiente y decisiva. A lo largo de la historia, los líderes políticos han utilizado estrategias retóricas para construir relatos persuasivos y moldear conductas colectivas. Conectar eficientemente con la audiencia y generar un impacto duradero en la opinión pública se logra mediante tácticas comunicativas como el uso de metáforas poderosas, la repetición de consignas impactantes y la exaltación de valores compartidos. Promover la obediencia y reducir la disidencia dentro de un grupo o sociedad es posible mediante discursos meticulosamente planificados y elaborados con esmero. La retórica permite a los líderes políticos enmarcar sus acciones de forma positiva, aunque no beneficien a todos.

**Palabras clave:** retórica, influencia, manipulación, obediencia, política.

### Abstract

Rhetoric has been central to the political sphere throughout history, being an efficient and decisive tool. Throughout history, political leaders have used rhetorical strategies to build persuasive narratives and shape collective behaviour. Connecting efficiently with the audience and generating a lasting impact on public opinion is achieved through communicative tactics such as the use of powerful metaphors, the repetition of powerful slogans and the exaltation of shared values. Promoting obedience and reducing dissent within a group or society is possible through meticulously planned and carefully crafted speeches. Rhetoric allows political leaders to frame their actions in a positive light, even if they do not benefit everyone.

**Keywords:** rhetoric, influence, manipulation, obedience, politics.

## 1. INTRODUCCIÓN

La retórica, un instrumento milenario que ha sido siempre objeto de estudio y reflexión. Su aplicación se orienta hacia el propósito de persuadir y convencer. Cuando se busca convencer, se apela al intelecto, mientras que cuando se busca persuadir, se apela a las emociones y sentimientos:

La retórica ha sido comprendida, de manera general, como un viejo paradigma de saber, una ciencia fundamental que influye en todo conocimiento humano de cualquier índole. [...] Esto ha supuesto que numerosos autores hayan pensado que la mejor manera de rescatar lo valioso que la retórica puede aportar consiste, antes de nada, en guardarse de las perversiones que puede acarrear (Alonso Rocafort, 2010: 142-143).

La retórica ha sido empleada por juristas, filósofos, economistas, políticos e incluso psicólogos, como un instrumento poderoso para abordar, modificar o consolidar comportamientos específicos: «La palabra es un poderoso soberano que con un cuerpo pequeñísimo y del todo invisible lleva a término las obras más divinas» (Gorgias, 2011: 33).

El presente trabajo tiene como objetivo presentar la retórica como herramienta indispensable y necesaria para convencer y persuadir al ciudadano a fin de lograr su obediencia cómplice. Esto nos sitúa en el problema de la imaginaria «libertad del individuo» frente a una realidad de obediencia sumisa al Estado y a su poder: es decir, «la libertad personal y propia», relegada por «la libertad política u otorgada» del poder estatal. Para alcanzar este objetivo se usará, principalmente, una metodología descriptiva de los hechos que, aun resultando evidentes, al parecer no cobran mayor interés en su estudio y análisis. Con lo cual nos serviremos también del método analítico, descomponiendo los distintos ámbitos donde se sitúa la retórica como herramienta o institución de eficiencia para la obediencia social.

En la actualidad, la retórica constituye una técnica que facilita establecer la obediencia entre los ciudadanos, persuadiéndolos de que dicha obediencia representa una manifestación de su libertad y un principio esencial del orden de la *polis*. El poder actual busca que los ciudadanos se conviertan en cómplices de sus intereses particularistas en lugar de someterlos como súbditos. Una sociedad sometida por el poder político es un potencial caldo de cultivo hacia una rebelión violenta. La subyugación sigue siendo la misma en la actualidad, pero ya no es impuesta abiertamente por la fuerza de los poderosos. La retórica sirve al poder con eficiencia al movilizar emociones y criterios del ciudadano a través de argumentos y procedimientos, muchas veces falsos.

Respecto a la obediencia, esta conllevará una orientación precisa que se origina desde la posición del agente retórico emisor del mensaje y se propaga hacia los demás, ejerciendo una influencia tangible, que se manifiesta en los valores, actitudes y comportamientos del individuo obediente. En ausencia de la retórica, la obediencia sería inexistente o muy limitada. Adicionalmente, en ocasiones estas decisiones son tan definidas que, a pesar de la posibilidad de que el individuo adoptara una acción distinta, opta por lo social y retóricamente propuesto. Por lo tanto, resulta lógico que la

aspiración a una «obediencia ciega» de la ciudadanía sea esencial para neutralizar a un individuo desalineado o transgresor que cuestione algún acto o disposición del poder.

## 2. RETÓRICA Y POLÍTICA

Existen numerosos ejemplos históricos de políticos y líderes de diversas índoles que han empleado el discurso para alcanzar sus metas. Incluidos en esta lista se encuentran figuras como Alejandro Magno, Julio César, Napoleón, Hitler, entre otros. No obstante, es imperativo destacar los seis ejemplos más destacados de líderes teóricos en el contexto histórico: Sócrates, Platón, Aristóteles, Cicerón, Quintiliano y San Agustín, quienes consagraron una porción significativa de sus vidas a la labor literaria en torno al tema. Todos sostienen que la capacidad de liderazgo requiere una capacidad de oratoria eficiente. Existen numerosos ejemplos en el ámbito político contemporáneo de presidentes que, en algún momento, lograron persuadir a sus congéneres para posteriormente someterlos a realidades severas que, en la actualidad, dichas sociedades son incapaces de superar: Fidel Castro, Hugo Chávez, Alán García, Nicolás Maduro, etcétera.

En lo que respecta a la aplicación de la retórica para persuadir o convencer a otro, el interés primordial radica en su ejecución personal a través, principalmente, de la facultad de la palabra, lo que evidencia una estrecha relación entre la retórica y la dialéctica. No obstante, existe una distinción significativa: mientras que la dialéctica se enfoca en alcanzar la verdad abstracta o ideal, la retórica se enfoca exclusivamente en la verdad práctica, concebida como aquella que facilita la persuasión o el convencimiento del otro. Desde mi perspectiva académica, el objetivo de la dialéctica es lograr la veracidad (a la que también llamamos «veridicidad»), mientras que, con la retórica, se aspira primordialmente a lograr una verosimilitud que facilite que los demás adopten los argumentos propuestos por el agente retórico. Esto último es la preocupación primordial de los políticos, particularmente de aquellos que persiguen objetivos con escasa o nula honestidad en sus planes de gestión.

Este poderoso instrumento que es la retórica es utilizado por una considerable cantidad de gobiernos contemporáneos: «[...] en política, las palabras son «hechos», tienen su propia densidad «física» y sus efectos pueden ser beneficiosos o catastróficos. [...] quien controla la difusión, la transmisión o la comunicación de las palabras tiene un gran poder» (Sartorius, 2018: 17-18).

Se ejerce influencia trascendiendo la divulgación auténtica de la situación real de una nación. Dentro del discurso político, y particularmente en las campañas electorales, el comunicador emplea diversas estrategias retóricas con el objetivo de redirigir la balanza a su favor entre el electorado, sin considerar la veracidad de sus afirmaciones o la ausencia mínima de intención de cumplimiento de lo que promete. La finalidad de la retórica política es que los ciudadanos se adhieran a un proyecto, influenciados por la comunicación retórica política, la que se puede identificar como «[...] el mensaje político en el que lingüísticamente predominan las funciones que actúan sobre la conducta no verbal del receptor y en el que retóricamente dominan las funciones

discursivo-textuales que mueven el ánimo del elector» (Sarmiento González, 2012: 206).

Uno de los casos más paradigmáticos en los que la retórica se transforma en un instrumento manipulador es el de los discursos de gobiernos dictatoriales y corruptos, tal como lo fueron y lo siguen siendo algunos de los gobiernos de los presidentes antes mencionados. Como es ampliamente reconocido, la historia de la humanidad está repleta de una multitud de figuras que han demostrado una eficiente gestión de la retórica, cuyas acciones y actos delictivos han dejado y continúan dejando huellas a lo largo de la historia. Por lo tanto, se evidencia que la retórica constituye un instrumento eficiente, también para la manipulación en el ámbito político y puede constituir un asunto intrigante, pero simultáneamente inquietante: «No debe extrañarnos que los políticos se sirvan del eufemismo para maquillar la realidad y disimular así determinados conceptos o ideas cuya sola mención resultaría perjudicial para la estrategia de partido» (Sánchez García, 2018: 62).

Sea con este propósito o sea con el ánimo de hacer el bien, los políticos frecuentemente emplean una variedad de técnicas retóricas para influir en la opinión pública. Por ejemplo:

- 1) Involucramiento emocional: los actores políticos, frecuentemente, recurren a las emociones de los ciudadanos, tales como el temor, la esperanza, el orgullo o la indignación, con el objetivo de inducir una respuesta emocional que les beneficie. Un caso ilustrativo en el ámbito político español es la utilización de la crisis económica y el desempleo para inducir temor y preocupación entre la población electoral. Los actores políticos, con mucha frecuencia, enfatizan las adversidades económicas y su repercusión adversa en las familias, con el objetivo de captar respaldo y adhesión electoral. En el transcurso de las campañas electorales, es habitual oír proclamas que apelan al miedo de perder el empleo o la estabilidad económica, con la finalidad de movilizar a los electores en favor de una propuesta específica o partido político. O afirman sentencias que carecen de fundamentación coherente: «No voten al partido político X. ¿Acaso desean que les gobierne un presidente que piensa igual que los fascistas del nacional socialismo de Hitler?», o «¡Si no te vacunas provocarás la muerte de tu abuelo!».
- 2) Implementación de falacias lógicas: estas son razonamientos que, a pesar de que pueden parecer lógicos en un primer análisis, contienen fallos en su lógica. Algunos ejemplos incluyen «la falacia *ad hominem*», que implica atacar al adversario en lugar de su argumento, y «la falacia de la pendiente resbaladiza», que propone que una pequeña acción conducirá inevitablemente a un desastre de mayor magnitud. Un ejemplo de falacia *ad hominem* se manifiesta cuando, en el transcurso de un debate, un político afirma que su contrincante no es de confianza debido a un historial cuestionable, en vez de refutar de manera directa sus ideas o propuestas. Con respecto a la falacia de la pendiente resbaladiza, esta se puede advertir cuando se sostiene que una modificación mínima conducirá inevitablemente a un desenlace catastrófico.

Por ejemplo, un político podría argumentar que la autorización de una reforma específica conducirá a una serie de transformaciones adversas que aniquilarán la economía, a pesar de la ausencia de pruebas claras de su veracidad. Estas falacias pueden ser eficaces para moldear la opinión pública; sin embargo, es crucial reconocerlas y someter a escrutinio los argumentos expuestos.

- 3) Repetitividad: la reiteración continua de un mensaje o lema puede consolidarse en la mente de los individuos y ser aceptado como verdad, incluso si no lo es. Un caso paradigmático de repetición en el ámbito político español puede hallarse en los eslóganes de campaña: por ejemplo, la reiterada utilización del lema «¡Sí se puede!» por parte del partido político Podemos en sus campañas electorales. Esta afirmación fue recurrentemente repetida en mítines, entrevistas y plataformas de redes sociales, con la finalidad de incrustar el mensaje en la conciencia de los votantes y establecer una conexión positiva con el partido y su habilidad para implementar transformaciones. Indudablemente, este fenómeno es meramente propaganda y no siempre conlleva una intención de sinceridad. En realidad, con el transcurso del tiempo, hemos adquirido la certeza de que era meramente propaganda y técnica retórica. Esta metodología de reiteración contribuye a consolidar la identidad partidista y garantiza que el mensaje central sea reconocido por el electorado. Por consiguiente, es imperativo mantener una vigilancia constante para distinguir un engaño de un discurso retórico que no lo es.
- 4) Exacerbación de la simplificación: los políticos frecuentemente simplifican problemas complejos con el objetivo de hacerlos más accesibles para la audiencia, lo cual puede resultar en una interpretación sesgada o insuficiente de la situación. Un caso ilustrativo de simplificación excesiva en la política española podría ser la forma en que se manifiestan determinados problemas económicos de alta complejidad. Por ejemplo, cuando se divulga con gran entusiasmo la noticia de «la elevación del salario mínimo interprofesional» o de «la disminución de la jornada laboral». Estas noticias simplifican una cuestión económica intrincada al obviar múltiples factores que inciden en la escalada salarial, tales como el marco económico global, las políticas de cobro público, las dinámicas del mercado laboral, los gravámenes que los jóvenes solteros y sin hijos empezarían a pagar, y el severo daño económico que se ocasiona a las pequeñas empresas, entre otros. Al exponer el problema de manera tan simplificada, el político puede lograr que la propuesta parezca más atractiva y comprensible para los votantes. Sin embargo, simultáneamente, está obviando aspectos esenciales para una comprensión auténtica, integral y matizada del asunto.
- 5) Exposición selectiva de acontecimientos: la elección y presentación exclusiva de hechos que respaldan su argumentación, mientras se omiten o distorsionan otros, constituye una estrategia habitual para manipular la percepción del ciudadano. Un caso ilustrativo de exposición selectiva de hechos fue el debate en torno a la administración de la denominada «pandemia del COVID-19»

(Contreras Ugarte, 2025: 251). A lo largo de la crisis, diversos partidos políticos del gobierno español subrayaron de manera selectiva determinados datos, obviando otros para respaldar sus razonamientos. Se destacaba exclusivamente la cantidad de recuperaciones y la eficacia de las acciones implementadas por su administración, mientras se subestimaba o ignoraba el número de fallecimientos de los individuos «vacunados», además de menospreciar las críticas y sospechas relacionadas con la administración gubernamental de las políticas gestionadas alrededor de este problema (el tema de las mascarillas, por ejemplo). En este proceso, se ofrecía una representación parcial que respaldaba su narrativa, pero que no representaba de manera íntegra ni veraz la realidad de la situación. Esta metodología facilita a los políticos el control de la percepción pública y la configuración de la opinión a su favor, aunque frecuentemente con el objetivo de desacreditar una comprensión, verídica, exhaustiva y equilibrada de los hechos, e incluso, para ocultar actos de corrupción y deshonor gubernamental.

- 6) Generación de un adversario común: identificar a un «adversario» o «cabeza de turco» atribuyéndole la responsabilidad de los problemas puede congregarse a los individuos en torno a una causa común y desviar la atención de otros asuntos de relevancia significativa. Un caso contemporáneo de generación de un adversario compartido en el ámbito político es la utilización de la condición masculina como un asunto de división y enfrentamiento con las mujeres. Algunos partidos políticos han identificado a los hombres como una potencial amenaza para las mujeres y su seguridad. Al señalar a los hombres como «el adversario», estos partidos políticos buscan congregarse a los votantes en torno a una causa común y desviar la atención de otros desafíos estructurales y económicos. Un ejemplo específico podría ser el discurso de ciertos líderes políticos o mediáticos que responsabilizan a «los hombres» por el hecho de ser hombres y por pertenecer a una «estructura patriarcal», o les atribuyen el ser «violadores en potencia» estigmatizando a los hombres solo por su sexo. La estrategia de identificar a un colectivo particular como la fuente o el riesgo potencial de los problemas puede resultar altamente eficaz para movilizar a determinados segmentos de la población; sin embargo, en realidad, se está promoviendo divisiones, falsedades, injusticias, luchas y hostilidades sociales entre los dos sexos.

### 3. LA RETÓRICA EN LA PUBLICIDAD, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Desde una perspectiva formal, se puede inferir que el emisor genera un texto atractivo que suscita una necesidad en el destinatario, transformando dicha necesidad en un deseo.

Desde una perspectiva de fondo, para ser efectiva, la publicidad debe ejercer la persuasión requerida para lograr sus metas establecidas. La premisa esencial de la persuasión publicitaria radica en la capacidad de generar nuevas preferencias o,

alternativamente, fortalecer o preservar las preferencias existentes. En otras palabras, el juego persuasivo de la publicidad tiene como objetivo ejercer influencia sobre la audiencia.

El objetivo mediante la publicidad y las campañas de mercadotecnia es fomentar la aceptación de un producto o concepto, captar seguidores para una marca o garantizar la implicación en una promoción. En consecuencia, se emplean una diversidad considerable de argumentos con el objetivo de persuadir al consumidor y, en ciertos casos, para establecer una conexión con sus emociones.

La disciplina de la retórica ha contado con expertos desde tiempos ancestrales. Se llevaron a cabo estudios y clasificaciones de los componentes de un discurso con el objetivo de identificar los métodos de influencia tanto en la percepción externa como en la personal. Estas trayectorias conducen a la persuasión o al convencimiento y se categorizan en tres categorías fundamentales: *ethos*, *pathos* y *logos*. Cada uno de estos elementos funciona en un nivel o dimensión específica del individuo: el *logos* fomenta la racionalidad, el *pathos* regula las emociones y el *ethos* abarca las características éticas del individuo que articula el discurso. Esta propuesta continúa siendo en la actualidad una de las influencias más significativas en la reflexión y reconocimiento de las técnicas de seducción para la persuasión, motivación y convencimiento de individuos.

Los diferentes métodos utilizados para persuadir a un público objetivo abarcan una amplia gama de estrategias, que van desde la cuidadosa combinación de colores en un diseño gráfico hasta la creación de un eslogan impactante, la redacción de un guion persuasivo para un mensaje publicitario o la selección meticulosa de la música que acompañará la presentación. Cada uno de estos elementos desempeña un papel crucial en la construcción de una narrativa persuasiva y eficiente que logre captar la atención y generar una respuesta deseada en la audiencia. Las decisiones éticas sobre los límites que se deben respetar en el proceso de persuasión no suelen ser responsabilidad exclusiva del publicista, sino que recaen en gran medida en las directrices establecidas por las propias entidades, la relación de dependencia con la publicidad o las normativas oficiales vigentes.

Observamos, por lo tanto, de manera evidente y palpable, que la retórica puede desempeñar un papel crucial y trascendental en el ámbito político, siendo una herramienta sumamente poderosa y efectiva que se utiliza estratégicamente en la esfera publicitaria y en los diferentes canales de comunicación, con la finalidad de ejercer una influencia significativa sobre la opinión colectiva y persuadir de manera eficaz a los ciudadanos que ejercen su legítimo derecho al voto.

En el ámbito político, la retórica se manifiesta principalmente a través de la utilización estratégica del lenguaje y diversas tácticas persuasivas con el propósito de impulsar y difundir propuestas políticas, respaldar candidaturas o fortalecer la posición de los partidos políticos. Su propósito principal es convencer y motivar a la audiencia para que adopte y ponga en práctica determinadas creencias, valores y conductas, y que lleguen a considerarlas beneficiosas y positivas para su desarrollo personal y social.

Como se mencionó anteriormente, en la publicidad política se utilizan diversas estrategias, entre las que se incluyen el *logos* (argumentos lógicos), el *pathos* (apelación a las emociones) y el *ethos* (credibilidad del ponente). Estas tácticas contribuyen a la construcción de mensajes persuasivos y a establecer una conexión con el público a un nivel más profundo. De esta manera, mediante la utilización de la retórica en los medios de comunicación, es posible moldear la percepción de los votantes acerca de los candidatos y las políticas en cuestión. Los discursos y publicidades políticas se diseñan con el objetivo de destacar las virtudes de un candidato y debilitar la imagen de sus adversarios.

En realidad, a lo largo de la historia se pueden observar ejemplos de tal situación. Numerosos líderes políticos han empleado la retórica con el fin de movilizar a la población. Discursos emblemáticos tales como «Tengo un sueño» de Martin Luther King Jr. y «Derriba este muro» de Ronald Reagan ilustran la manera en que la retórica puede infundir e impulsar a los individuos.

En la actualidad, la retórica ha experimentado un proceso de transformación significativo con el propósito de ajustarse y responder de manera efectiva a las exigencias y dinámicas de los medios de comunicación contemporáneos abarcando plataformas digitales como las redes sociales. Hoy los mensajes políticos son cuidadosamente elaborados con el propósito de ser difundidos y viralizados en las redes sociales, lo cual contribuye significativamente a aumentar su alcance y repercusión en la sociedad.

En lo que respecta a la teoría psicológica, tanto Skinner como Fromm han enfatizado la importancia de las influencias del entorno en el desarrollo y configuración de la esfera cognitiva y emocional del individuo dentro de la sociedad. De esta manera, se fomenta la reflexión sobre la importancia del lenguaje como medio de comunicación que facilita la interacción entre los estímulos del entorno y la respuesta emocional y cognitiva del sujeto. En esta definición más amplia, la retórica se puede entender como el entramado de estrategias y técnicas utilizadas por las estructuras de poder con el propósito de ejercer influencia sobre las actitudes, creencias y acciones de los individuos que conforman la sociedad.

#### 4. LA RETÓRICA EN LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN DE VALORES

La retórica, como arte de persuasión mediante el uso efectivo del lenguaje, ha tenido un impacto significativo en la definición de los contenidos educativos y en la orientación de los comportamientos de los niños en el ámbito educativo. Quintiliano, junto con otros destacados pedagogos de la época, detalla minuciosamente las habilidades comunicativas que el infante o adolescente debía ir desarrollando con el fin de integrarse en el ámbito público, asimilar información de manera activa, elaborar reflexiones previas sobre los contenidos a tratar y sostener diálogos constructivos con el docente. La formación del individuo como miembro activo de la sociedad se materializa a través del cultivo de las virtudes y su demostración abierta frente a la comunidad, proceso educativo que se lleva a cabo a través de la persuasión, la enseñanza y se manifiesta principalmente de manera verbal y oral.

Relegada a un segundo plano en el ámbito educativo, se encontraba la palabra escrita o literaria, cuya importancia no era debidamente reconocida. A diferencia de lo que ocurría en la antigua Grecia, la retórica no se impartía de manera formal en Roma, pero sí se empleaba de forma habitual en la vida pública y política.

No obstante, la mayoría de las intervenciones se llevan a cabo en público, y no es este el aspecto menos crucial que debe ser empleado por el orador retórico. La deliberación y la acción son tareas intrínsecamente políticas; la concordancia en los objetivos comunes dará lugar a la formación de la *polis* y permite concluir que la política, al igual que la ética, debe operar dentro de los parámetros de la filosofía de la virtud para instruir a la libertad sobre cómo alcanzar la felicidad. El individuo racional puede también percibir lo mejor; los actos humanos son libres y será el orador competente quien vencerá persuadiendo al juez o al auditorio, en la percepción y acción de lo mejor y en la prevención de lo peor.

En la actualidad, es un hecho que no se dispone de una disciplina específica en el currículo de la educación secundaria que fomente las competencias orales en el entorno académico. El marco legal vigente excluye la elocuencia, dejando la formación de oradores y retóricos a la universidad. La asignatura de Literatura tampoco alcanza este objetivo, relegada a ejercicios de gramática y a recopilaciones de textos. Los manuales de educación secundaria que fomentan competencias comunicativas priorizan la mimesis por encima del *logos*. La educación retórica, fuera de la universidad, se ve absorbida por un esquema estricto que se circunscribe a encuentros políticos, campañas sindicales y discursos populares. Este fenómeno se manifiesta en todas las escalas: el ciudadano rueda por el costo de la incomprensión retórica. Esta circunstancia tiene un impacto primordial en su habilidad para detectar cuando está siendo manipulado y engañado por un discurso retórico atrayente, pero que contiene contenido censurable y perjudicial para él.

Por lo tanto, es evidente que la retórica desempeña un papel fundamental en la formación de la opinión pública, dado que constituye el instrumento primordial para persuadir y configurar las percepciones y creencias de los individuos. Mediante el uso de la retórica, líderes, medios de comunicación y otros actores de relevancia pueden exponer argumentos de manera persuasiva, empleando técnicas como la apelación a las emociones, la lógica y la credibilidad: «Los tomadores de decisiones sociales están movidos por los mismos resortes que cualquier otro decisor, los mismos cálculos relacionados con la recompensa y los mismos circuitos neuronales» (Blanco, 2024: 283).

En el ámbito político, los discursos y mensajes retóricos están concebidos para moldear las percepciones y comportamientos de la audiencia, es decir, para persuadirlos o convencerlos.

Además, la retórica contribuye a la generación y consolidación de un sentido de consenso o acuerdo entre diversos colectivos dentro de la sociedad. La exposición de conceptos de forma que se alineen con los valores y creencias del público contribuye a la promoción de un sentido de cohesión y un propósito compartido. No obstante, la retórica puede transformarse en un instrumento de manipulación y control. En determinadas circunstancias, la retórica puede ser empleada para manipular la percepción

pública, presentando datos de forma sesgada o engañosa para favorecer intereses específicos. Esto puede implicar la implementación de estrategias de propaganda y otras técnicas persuasivas para dominar la narrativa pública:

Para que la mentira se propague y sea aceptada es necesario inflamar las emociones de los receptores, distraer su atención de cualquier evidencia de los acontecimientos reales y nublar su juicio todo lo posible. Una campaña de propaganda bien diseñada, o un discurso incendiario pronunciado en el momento apropiado, junto con la predisposición ideológica, pero sobre todo emocional, de los receptores logran reafirmar a colectivos enteros en una realidad paralela y fraudulenta (Bonete Vizcaíno, 2023: 38).

Indudablemente, la utilización de la retórica sin intenciones espurias e inescrupulosas puede contribuir a la promoción del debate y la deliberación. La retórica puede fomentar el debate y la reflexión pública, ofreciendo un marco para que los individuos deliberen y valoren diversas perspectivas. Este aspecto resulta fundamental para una democracia saludable, en la que las decisiones se adoptan mediante el debate y el consenso informado.

En síntesis, la retórica se presenta como un instrumento potente en la formación de la opinión pública, con la capacidad de impactar de manera significativa en las opiniones y conductas de los individuos.

## 5. LA INFLUENCIA DE LA RETÓRICA EN LA ÉTICA Y LA MORAL

El cincuenta por ciento de la toma de decisiones se realiza a través del hemisferio izquierdo del cerebro, de forma fría, lógica, analítica y racional. El hemisferio derecho ejerce una influencia significativa en la toma de decisiones, a través de elementos como las emociones, la intuición y lo irracional: representa el cuarenta y nueve por ciento. Durante el proceso de influencia sobre el receptor, se desencadena un debate interno a nivel inconsciente dirigido por el hemisferio derecho: la decisión a adoptar se transmite al cerebro racional posteriormente al debate interno.

Así es como la retórica entra en las disciplinas encargadas de persuadir, influir y convencer al receptor, para que obtenga de manera más sencilla el mensaje que quiere transmitir. Así es donde la psicología entra en esta ecuación, puesto que su finalidad es el estudio de la conducta del ser humano, donde entra la verosimilitud para imitar la realidad. Por lo tanto, la persuasión no solo está ligada a la retórica, sino que entra dentro de numerosas disciplinas, por lo que el papel que juegue cada una de ellas será según su finalidad o perspectiva. Sea cual sea, siempre tendremos dos tareas a la hora de convencer al receptor: entender lo que sucede en su mente y comprender la verdadera finalidad de cada disciplina. Automáticamente, quedará reflejado en la ética y la moral en general.

El discurso retórico debe favorecer el bienestar común a través de los principios de probidad. Promover y alterar el proyecto moral de individuos, colectivos o sociedades apelando a motivaciones bastardas es moralmente inapropiado, sin importar las presuntas consecuencias beneficiosas.

El discurso retórico puede promover el avance como agente de progreso social y personal. Es imperativo contribuir al avance y desarrollo para lograr la plenitud humana. No es permisible lograr solo una parte de la plenitud. La retórica eficiente aspira a evidenciar lo beneficioso y provechoso para el oyente. El discurso retórico idóneo no debe afectar ni manipular la libertad de las personas, evitando coaccionarlas o engañarlas para que crean que están ejerciendo su libertad cuando en realidad son otros quienes la determinan.

Es imperativo recordar que «la obediencia involuntaria» es inútil. Cada organización, para su supervivencia, requiere de subordinados que ejecuten las órdenes. Sin embargo, también requiere que, en ocasiones, cuando sea necesario, las resistan. Es moralmente incorrecto emplear la retórica para promover la obediencia irreflexiva y sumisa.

Generar sentimientos de temor o terror en los demás –como en la supuesta «pandemia del COVID-19»– es completamente inapropiado y carece de honestidad. Para ejercer resistencia a las manipulaciones de masas, es imperativo que el público lo advierta. La aceptación de un mensaje retórico moralmente incorrecto depende en gran medida de la falta de preparación y fortaleza intelectual del ciudadano receptor, no solo del agente retórico del poder: «la retórica se enraíza en un pueblo que todavía vive entre imágenes míticas y no conoce aún la necesidad absoluta de la fe histórica; ellos prefieren más bien ser persuadidos que instruidos» (Nietzsche, 2000: 81).

El manipulador político falsea afirmaciones para manipular a las masas, inspirando confianza al apaciguar emociones y acomodando el discurso a las vulnerabilidades de la audiencia: aparenta colocar el interés general por encima del propio. Resulta absurdo suponer que un acto será moralmente correcto si la masa de ciudadanos lo comparte y lo acepta irreflexivamente: las masas asustadizas y manipuladas no demuestran coherencia ni prudencia, ni están preparadas para alertar sobre fraudes. Existe quien sostiene que el desplome de la mayoría, por ser «la mayoría», no tiene consecuencias. No es así: se cae en eso de «mal de muchos, consuelo de tontos».

La función del agente retórico implica un considerable grado de responsabilidad en la transmisión del discurso.

La ética del discurso retórico será una ética cuyo objetivo sea la configuración de una conciencia moral correcta, dado que su origen radica en la autonomía ética, que es donde puede adquirir su verdadero significado; surge de la convicción genuina de que cada individuo debe seleccionar, auténticamente, entre una diversidad de alternativas disponibles.

La retórica puede influir en la ética y la moral al configurar la percepción y conducta de las personas según sus valores. A veces, por la manipulación emocional, los ciudadanos aceptan situaciones que de otra forma no aceptarían:

Muchas personas tienden [...] a resolver [...] siguiendo factores emocionales inconscientes, renunciando a su propio criterio y defendiendo su decisión, aunque no sepan por qué. Esta necesidad interna de aliviar la disonancia cognitiva [...] viene [...] haciendo que las personas, para reducir su malestar, acepten un cambio de conocimientos o incluso su valoración sobre los acontecimientos a fin de intentar justificar

lo que, en otras condiciones, les parecería injustificable. A fin de paliar el miedo y la ansiedad, pueden llegar al autoengaño aceptando la mentira como una verdad (Jiménez Huertas, 2024: 50).

La retórica puede facilitar la obtención de lo que llamaré «la persuasión y/o el convencimiento ético» de otros individuos. En otras palabras, que los demás consideren éticamente aceptable aquello de lo que se les persuade o convence. Así, la retórica puede emplearse también para fomentar principios éticos y morales honestos, induciendo a los individuos a comportarse de manera justa y correcta.

Los líderes de relevancia recurren a la ética para motivar comportamientos positivos y responsables en sus discursos. En el contexto ético es posible incurrir en manipulación moral, como se ha dicho. La retórica puede manipular la percepción de lo ético o moral. Los ciudadanos pueden justificar comportamientos moralmente incorrectos, engañados por argumentos persuasivos pero falaces: «De este modo pueden explicarse algunos resultados políticos inesperados por comportamientos estratégicos que, mediante promesas y amenazas, conducen a la aceptación de concesiones, más que por la firmeza de las creencias de quienes protagonizan la acción» (Colomer, 1990: 14).

La retórica ha sido siempre el foco de discusiones intensas y filosóficas por su eficiencia para promover modificaciones en la percepción de la ética pública. La retórica ha suscitado discusiones en relación con su vinculación con la verdad y la justicia en el ámbito filosófico. Platón censuraba la retórica sofista por su habilidad para persuadir a pesar de la veracidad, lo que consideraba un peligro para la moralidad y la justicia. Los estoicos abogaban por una retórica alineada con la virtud y la sabiduría: un discurso convincente solo tenía validez si emanaba de un orador perspicaz y virtuoso.

La retórica constituye un instrumento potente tanto para fomentar como para distorsionar la ética y la moral correctas. Podemos reiterar esto nuevamente. La repercusión del mensaje depende, en mucho, de la intención y la integridad del emisor.

## 6. REFLEXIÓN FINAL

Se puede manipular un discurso de forma sutil y persuasiva para que la población acepte incondicionalmente las propuestas del emisor político sin ejercer coerción directa. Es fundamental recalcar la relevancia de las emociones en el desarrollo de la comunicación para lograr este objetivo. Es complicado promover la conducta deseada si el discurso carece de impacto o relevancia.

Advierto dos aspectos fundamentales que tienden a tener un impacto significativo en la aceptación o rechazo de un determinado discurso. Por un lado, hay una serie de estrategias claramente identificadas y utilizadas por el emisor retórico que tienden a fomentar de manera efectiva la obediencia por parte del receptor: este siempre tiene presente a quién dirige su propuesta, cuál es la imagen que desea proyectar de sí mismo y cuál es el objetivo final de su actuación. Por otro lado, están los beneficios que conlleva para el individuo adoptar una actitud de sumisión a la retórica y de control de sus deseos: muchas personas están dispuestas a aceptar, adaptar o incluso

transformar una sugerencia específica, en la medida en que perciben que a través de ella pueden destacarse como un miembro distinguido, integrado o excepcionalmente valioso en su comunidad, mientras que el no cumplir con la norma los alejaría de ese estatus o podría vincularse con la pérdida de ese afecto.

La retórica es una herramienta esencial para persuadir y convencer a la ciudadanía en el ámbito de la política social. Es importante destacar su papel fundamental. La retórica puede ser un recurso efectivo para ganar apoyo a iniciativas sociales y de progreso cuando se usa honestamente; no obstante, también, se puede convertir en un excelente instrumento de manipulación deshonesta en manos de ideologías extremistas, radicalismos políticos, regímenes dictatoriales y poderes corruptos e inescrupulosos.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALONSO ROCAFORT, Víctor (2010): *Retórica, democracia y crisis. Un estudio de teoría política*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- BLANCO, María (2024): *La política del disimulo. Cómo descubrir las artimañas del poder con Mazarino*. Barcelona: Rosamerón.
- BONETE VIZCAÍNO, Fernando (2023): *Cultura de la cancelación*. Madrid: Ciudadela.
- COLOMER, Josep (1990): *El arte de la manipulación política*. Barcelona: Anagrama.
- CONTRERAS UGARTE, Jesús Víctor Alfredo (2025): «La retórica eufemística en el discurso político legal», en Diego Medina Morales [dir.]: *Cristianismo y derecho*. Madrid: Dykinson, pp. 241-260.
- GORGAS (2011): *Encomio de Helena*. Traducción al español de María Davolio y Graciela Marcos. Buenos Aires: Winograd.
- JIMÉNEZ HUERTAS, Carme (2024): *Ingeniería lingüística*. Brétigny-sur-Orge: Las Sandalias de Mercurio.
- NIETZSCHE, Friedrich (2000): *Escritos sobre retórica*. Edición y traducción de Luis Enrique de Santiago Guervós. Madrid: Trotta.
- SÁNCHEZ GARCÍA, Francisco (2018): *Eufemismos del discurso político. Las claves lingüísticas del arte del disimulo*. Madrid: Visor Libros.
- SARMIENTO GONZÁLEZ, Ramón (2012): «El mensaje político y comunicación», en Emilio del Río Sanz; M.<sup>a</sup> del Carmen Ruiz de la Cierva; Tomás Albaladejo [eds.]: *Retórica y política. Los discursos de la construcción de la sociedad*. Logroño: Instituto de Estudios Riojanos, pp. 205-222.
- SARTORIUS, Nicolás (2018): *La manipulación del lenguaje*. Barcelona: Planeta, 5.<sup>a</sup> ed.

